JOHN FISKE

POPULIARIOSIOS KULTŪROS SUPRATIMAS

John Fiske

POPULIARIOSIOS KULTŪROS SUPRATIMAS

John Fiske

POPULIARIOSIOS KULTŪROS SUPRATIMAS

Žara
Vilnius

UDK 316.3
Fi337

Versta iš *John Fiske*
„Understanding Popular Culture“,
1989

Knygos leidimą rėmė Atviros Lietuvos fondas ir Atviros visuomenės institutas Budapešte (Vidurio Europos universiteto Vertimų projektas).

This edition is published with the support from the Open Society Fund-Lithuania, and from the CEU Translation Project of the Open Society Institute-Budapest

© John Fiske, 1989
© Elena Macevičiūtė, 2008
© Unwin Hyman, 1989
© Leidykla „Žara“, 2008

ISBN 978-9986-34-190-1

Turinys

Įvadas **7**

Džinsinė Amerika **9**
Komercija ir populiarumas 17
Prekės ir kultūra 27
Žmonių formacijos 27
Kultūros prekės 29
Kasdieninis gyvenimas 34
Populiarumo apibrėžimas 43

Produktyvieji malonumai **47**

Įžūlūs kūnai ir karnavalo malonumai **63**
Drausmės strategijos 64
Karnaviliškumas 73
Rokas ir imtynės 74
Kūno kontrolė 80

Populiarieji tekstai **91**
Produktyvusis tekstas 91
Kalba 94
Pertekliškumas ir akivaizdumas 101
Prieštaringumas ir sudėtingumas 106
Teksto skurdumas ir intertekstualumas 108

Populiarioji diskriminacija **111**
Aktualumas 111
Populiarusis produktyvumas 121
Gerbėjai ir produktyvumas 125
Vartojimo būdai 129

Politika **135**
Populizmas ir kairieji 135
Populiarumas, pliuralizmas ir folkloras 142
Progresyvusis skeptiškumas 149
Aktualumo kūrimas 154
Populiarioji kultūra ir socialinės permainos 157
Literatūra 163
Apie autorių 168
Rodyklė 169

Lizai
Liusei ir Metjui

Įvadas

Šia knyga aš siekiu pateikti populiariosios kultūros kapitalistinėse visuomenėse apybraižą. Ji leidžiama vienu metu su knyga „Populiariosios kultūros interpretavimas“, kurioje surinkta kai kurių pagrindinių buveinių ir tekstų, kuriuos žmonės naudoja kurdami savo kultūrą, analizė: tai ir paplūdimys, ir Madonna (dainininkė) ar televizijos žinios ar *Sears Tower* dangoraižis[1].

„Populiariosios kultūros supratimas“ veda nuo teorijų prie įžvalgų, o „Populiariosios kultūros interpretavimas“ – nuo įžvalgų link teorijų. Abi knygos sumanytos taip, kad būtų nepriklausomos, tačiau aš tikiuosi, kad skaitantis abi knygas perpras, kaip interpretavimas detalizuoja ir kvestionuoja teorijas, o teorijos – pagilina ir apibendrina interpretacijas. Vis dėlto nė vienai knygai kitos nereikia, tad skaitytojai, kurių dėmesys labiau krypsta į teorinę arba į analitinę pusę, neturėtų jaustis nuskriausti pasirinkę vieną iš dviejų.

Viena iš mokslininko lengvatų – tai galimybė greitai paskleisti teorijas: reikia tik atlaikyti ilgalaikius skrydžius. Dėl to per pastarąjį dešimtmetį man teko nemaža laimė laisvai klajoti tarp Didžiosios Britanijos, Australijos ir Jungtinių Amerikos Valstijų. Tos klajonės paliko daug žymių ir šiose knygose, tačiau turiu pasakyti, kad mano patirtį įvairiuose žemynuose sieja viena gija – visose man pažįstamose šalyse, apie kurių kultūras rašau, vyrauja patriarchališka kapitalistinė baltosios rasės visuomenė. Be abejo, kiekviena šių šalių kiek skirtingai supranta bendrąją ideologiją, tačiau tie skirtumai iš esmės paviršutiniški – nors ganėtinai įdomūs, kad juos patirtum ir apmąstytum.

„Populiariosios kultūros interpretacija“ yra labiau geografiškai apibrėžta negu ši knyga, nes analizė visada glaudžiau nei teorija siejasi su socialiniu kontekstu. Iš tiesų teorijos, kuriomis aš remiuosi, yra europinės kilmės, – jų ramsčiais galėčiau pavadinti Bourdieu, de Certeau, Barthes'ą, Hallą ir Bachtiną, – tačiau jais remiuosi analizuodamas angliškai kalbančių šalių populiariąją kultūrą. Prekybos galerijos, vaizdo žaidimų pasažai, paplūdimiai, dangoraižiai ir Madonna keičia

[1] Aukščiausias Šiaurės Amerikos dangoraižis, baigtas statyti Čikagoje 1973 metais. Aukštis 1450 pėdų (442 m), 110 aukštų (*vert. pastaba*).

savo reikšmes Jungtinėse Amerikos Valstijose ir Australijoje, bet aš žvelgiu į visa tai europiečio akimis. Kaip mokslininkas, savo darbu sukuriu tokį pat socialinį produktą kaip ir automobilių gamintojas. Kultūros tyrimų istorija, mano mokslinė karjera ir asmeninis gyvenimas vienu ar kitu būdu susipina, praturtina viena kitą informacija, ir galiausiai aš tampu dvidešimtojo amžiaus devintojo dešimtmečio kalbėjimo ir rašymo atbalsiu. Tie, kurie yra susipažinę su mano ankstesniais rašiniais, neišvengiamai ras jų aidų šiose knygose. Tačiau aš tikiuosi, kad tie aidai bus pakankamai skardūs, kad neatrodytų paprasčiausiu atkartojimu (nors turiu pripažinti, kad vienas ketvirtojo skyriaus skirsnis yra pasirodęs beveik pažodžiui knygoje *Television Culture*; Fiske, 1987b)

Mano pasakojimai, kaip ir daugybės kolegų, draugų, priešininkų, studentų, dėstytojų ir įvairiausių kitų žmonių balsai, susilieja į vieną didžiulį išteklių banką, kurį aš nesivaržydamas plėšiu tam, kad pasakyčiau ir parašyčiau, ką manau: imuosi visiškos atsakomybės už tai, kaip tuos išteklius naudoju, bet neturėdamas jų būčiau bejėgis. Noriu, kad abi šios knygos būtų dėkingas pripažinimas nuopelnų visų tų, kurie nesąmoningai – ar netgi kartais nenoromis – padėjo joms gimti. Daugelio žmonių aš neįstengiu paminėti; kitus, kurių įnašas perteikiamas jų pačių žodžiais, nurodau tiesiogiai; tiems, kurie įvairiais būdais padėjo atsirasti šiai knygai, dėkoju dabar.

Pirmoji iš jų – Lisa Freeman iš *Unwin Hyman* leidyklos: šios redaktorės patirtis ir padrąsinimas turėjo didžiausios įtakos knygos formuluotėms ir gali būti pavyzdžiu, kaip vaisingai gali klostytis leidėjo ir mokslininko santykiai. Dar trys bendradarbiai dosniau, nei galėjau tikėtis, eikvojo savo laiką, patirtį ir išmintį: tai Davidas Bordwellas, Larry Grossbergas ir Johnas Flow. Tarp kitų pagalbininkų norėčiau paminėti Graeme'ą Turnerį, Joną Wattsą, Ricką Maxwellą, Mike'ą Curtiną, Henry Jenkinsą, Jule D'Acci, Lynną Spiegel, Noelį Kingą, Bobą Hodge'ą, Tomą Streeterį, Jackie Byars, Bobby Alleną, Jane Gaines, Susanną Willis, Lizą Ferrier ir Roną Blaberį. Už draugišką dalijimąsi patirtimi dėkoju savo kolegėms sekretorėms, Rae Kelly Perte ir Evelyna Miller bei Mary Dodge Madisone, padėjo tiek pat kiek mano mokslo draugai. Tikiuosi, kad šios dvi knygos suteiks malonumą visiems, kurie vienu ar kitu būdu talkino ją rengiant, ir turiu vilties, kad dar ne vienus metus su jais bendradarbiausiu.

Taip pat noriu padėkoti tiems, kurie leido perspausdinti medžiagą: *Wrangler Jeans*, *Zena Enterprises* bei *Weekly World News*. Nors visais įmanomais būdais stengiausi rasti iliustracijų šaltinius, kartais to padaryti nepavyko. Už tai atsiprašau ir kviečiu pranešti, kad būtumėte paminėti vėlesniuose leidimuose.

SKYRIUS

Džinsinė Amerika

Tą dieną, kai paklausiau, iš 125 mano studentų 118 mūvėjo džinsus. Kiti septyni taip pat turėjo džinsus, bet taip atsitiko, kad nebuvo jų apsimovę. Abejoju, ar bet kuri kita kultūrinė prekė – kino filmas, televizijos programa, muzikos įrašas, lūpų dažai – galėtų būti tokia populiari (Marškučius taip pat turi visi, tačiau dėvi anaiptol ne taip reguliariai). Tegu studentai nėra būdingi visos populiacijos atstovai, bet džinsai *yra* labai populiarūs tarp to paties amžiaus nestudentiško jaunimo, ir tik vos mažiau paplitę tarp vyresniųjų amžiaus grupių atstovų. Todėl pamąstymai apie džinsus yra puikus būdas pradėti knygą, skirtą populiariajai kultūrai.

Iš pradžių pamirškime džinsų funkcionalumą, nes jis turi mažai ką bendra su kultūra, kuri labiau siejasi su reikšmėmis, malonumais ir tapatybėmis, o ne su efektyvumu. Be abejo, džinsai yra ypač funkcionalus drabužis – patogus, tvirtas, kartais pigus, nereikalaujantis didelių „eksploatacinių išlaidų“, tačiau tokia pat yra kareiviška žygio uniforma. Džinsų funkcionalumas yra jų populiarumo prielaida, bet ne paaiškinimas. Mažiausiai juo galima paaiškinti unikalią džinsų savybę kiaurai persmelkti vos ne visas socialines kategorijas, kurias įmanoma sugalvoti: džinsų mūvėtojo negalima apibrėžti jokioje pagrindinėje socialinių kategorijų sistemoje – nei pagal lytį, nei pagal klasę, amžių, tautybę, religiją ar išsimokslinimą. Galima įrodinėti, kad džinsai turi du pagrindinius socialinius židinius: tai jaunimas ir „mėlynosios apykaklės“, darbo žmonių klasė, tačiau šie židiniai greičiau laikytini semiotiniais, o ne sociologiniais – tai yra jie tapo ne socialinių kategorijų, o reikšmių branduoliais. Pavyzdžiui, džinsus mūvintis vidutinio amžiaus tarnautojas, sekmadienio popietę kerpantis žolę prie savo užmiesčio namo, be kita ko, lygiuojasi į jaunatvišką energiją ir veiklumą (tai priešingybė vidutinį amžių apibūdinančiam kontoros stalui) ir į mitiškąjį fizinio darbo kilnumą: tikėjimas, kad fizinis triūsas yra kažkuo garbingesnis už kontorines machinacijas ir kombinacijas giliai įsišaknijo nacijoje, nuo kurios įkūrėjų dabartinius gyventojus skiria vos kelios kartos, bet įdomu tai, kad šis tikėjimas ypač išplitęs tarp pačių „kombinatorių“.

Mano studentai, kurių dauguma baltieji, išeiviai iš viduriniosios klasės, jauni ir gerai išsilavinę, nesudaro reprezentatyvios visų gyventojų imties, todėl reikšmės, kurias jie priskiria savo džinsams, negali būti išplėstos kitoms grupėms. Vis dėlto reikšmių sudarymo ir komunikavimo procesai yra reprezentatyvūs, nors pačios sudarytos reikšmės tokios nėra.

Aš paprašiau savo studentų auditorijos trumpai aprašyti, ką džinsai reiškia kiekvienam iš jų; paskui šiuos užrašus drauge aptarėme. Diskusijose išryškėjo, – tai nenuostabu tokiai vienalytei grupei, – pakankamai darnus reikšmių tinklas su sankaupomis ties keliais židiniais. Šie reikšmių klasteriai tarpusavyje siejosi kartais darniai, kartais prieštaringai ir leido studentams įvairiai moduliuoti semiotinį tinklą ir išskirti savo asmeniškas reikšmes bendrų koordinačių gardelėje.

Išryškėjo vienas klasteris reikšmių, iš esmės bendruomeniškai integruojančių bei neigiančių socialinius skirtumus. Džinsai laikomi neformaliu, beklasiu abiejų lyčių drabužiu, tinkamu mieste ir kaime; jų mūvėjimas ženklina išsivadavimą iš socialinių kategorijų primetamų elgsenos ir tapatybės apribojimų. Visų dažniausiai vartojamas būdvardis „laisvas“ dažnai pabrėžė „laisvę būti savimi“.

New York Times (1988 m. kovo 20 d.) straipsnyje cituojamas psichologas teigia, kad džinsų nediferencijuotumo padarinys yra ne laisvė būti savimi, o laisvė pasislėpti. Džinsai kuria vidutinybės fasadą, kuris jų mūvėtojui leidžia išvengti bet kokių nuotaikos ar asmeninės emocijos išraiškų – tad bent jau psichologiškai jie yra represyvūs. Ši atvirkščioji „laisvės“ pusė nebuvo akivaizdi mano studentams, todėl atrodo, kad toks išaiškinimas yra būdingas psichoanalitikui, nes teikia pirmenybę individualumui, o ne socialumui, patologijai, o ne normai. Normaliomis sąlygomis drabužiai dažniau dėvimi siekiant perteikti socialines prasmes, o ne išreikšti asmenines emocijas ar nuotaiką.

Socialinis džinsų nediferencijuotumas suteikia laisvę „būti savimi“ (manau, kad anomaliais atvejais – ir pasislėpti), o tai, žinoma, liudija ryškų paradoksą: troškimas būti savimi verčia pasirinkti visų aplinkinių dėvimą drabužį. Bet tai tik atskiras atvejis giliai struktūrinio amerikietiškos (ir apskritai vakarietiškos) ideologijos paradokso, kad visuotinai pripažįstama bendruomeninė vertybė yra individualizmas. Troškimas būti savimi nereiškia troškimo iš esmės skirtis nuo visų kitų, o greičiau siekį pozicionuoti individualius skirtumus bendruomeninės priklausomybės lauke. Toliau matysime, kad tarp džinsų mūvėtojų buvo socialinių skirtumų ženklų, bet nors ir būdami prieštaringi, jie nepanaikina bendruomenę integruojančios džinsų reikšmių aibės.

Kitas reikšmių klasteris siejosi su fiziniu darbu, stiprybe, aktyvumu, žemiškumu. Šiomis reikšmėmis ir vėl buvo mėginama neigti klasinius skirtumus: džinsų konotuojama fizinė ištvermė leido vidutiniosios klasės studentams lygiuotis į griežtai atrinktą fizinio darbo prasmių aibę (darbo kilnumą ir našumą, bet jokiu būdu ne jo priklausomumą ir išnaudojimą). Džinsai sugebėjo perteikti klasei būdingas Amerikos darbo etikos prasmes.

Žemiškumas ir stiprybė buvo varijuojami ne vien darbo tema, jie turėjo ir natūralumo bei seksualumo reikšmes. Būdvardis „natūralu“ buvo vartojamas beveik taip pat dažnai kaip ir „laisvas“. Džinsų neoficialumas, kontrastuodamas su kitų drabužių oficialumu, tapo konkrečiu pavyzdžiu (arba transformacija) gilios struktūrinės opozicijos tarp gamtos ir kultūros, natūralumo ir dirbtinumo, kaimo ir miesto. Kūnu mes esame visų natūraliausi, todėl išryškėjo lengvai nuspėjamas reikšmių klasteris apie džinsų žemiškumą, jaunatviško kūno energiją ir „natūralumą“. Šis reikšmių klasteris vyrams gali linkti stiprybės, fizinio darbo ir sporto laimėjimų kryptimis (nes, kaip įrodinėjama šios knygos 4 skyriuje, sportas leidžia viduriniosios klasės atstovams demonstruoti fizinį šaunumą taip pat kaip darbas – darbininkų klasei), o moterims – seksualumo kryptimi. Žinoma, tokie lyčių skirtumai nėra esminiai, bet kaip tik šiose srityse vyksta kova dėl vyriškumo ir moteriškumo reikšmių kontrolės. Daugelis moterų pripažino „vyriškesnes“ džinsų žemiškumo reikšmes, kaip ir daugelis vyrų – „moteriškesnes“, arba seksualumo demonstravimo, reikšmes.

Šios natūralaus/dirbtinio ir fizinio/nefizinio prasmės kartu su kitomis prasmėmis įsiliejo į Amerikos Vakarų klasterį. Džinsų asocijavimas su kaubojais ir vesternų mitologija vis dar tebėra stiprus. Prasmės, kurios įtvirtino Vakarų svarbą šių devintojo dešimtmečio studentų sąmonėje, – tai ne tik jau pažįstamos laisvės, natūralumo, stiprybės ir sunkaus darbo (taip pat sunkaus poilsio), bet ir pažangos, plėtros ir pirmiausia, amerikietiškumo prasmės. Kaip vakarinių teritorijų įsisavinimas tapo unikaliu ir lemiamu Amerikos istorijos įvykiu, taip ir džinsai laikomi unikaliu ir lemiamu Amerikos drabužiu, galbūt, vieninteliu JAV įnašu į tarptautinę madą. Nors Vakarų mitas lengvai eksportuojamas ir parengtas inkorporuoti į kitų tautų populiariąsias kultūras, jis visados išlaiko savo amerikietiškumą: tuo būdu jis leidžia megzti ryšius tarp amerikietiškųjų vertybių ir kitų tautų populiariosios sąmonės. Panašiai ir džinsai buvo priimti į beveik visų pasaulio šalių populiariąją kultūrą, bet amerikietiškosios reikšmės pėdsakai visada išlieka, kad ir kokios būtų jų vietinės reikšmės. Pavyzdžiui, Maskvoje valdžia juos gali įprasminti kaip Vakarų dekadanso apraišką, o jaunimas mūvėti kaip iššūkį, kaip opozicijos socialiniam konformizmui ženklą – tai gerokai skiriasi nuo šiuolaikinio Amerikos jaunimo reikšmių aibės, tačiau labiau derinasi su JAV septintojo dešimtmečio džinsų reikšmėmis, kurios galėjo būti daug labiau opozicinės negu šiandien.

Kad šiandienos džinsai išreikštų opozicines reikšmes ar bent parodytų socialinį pasipriešinimą, jie turi būti kokiu nors būdu sudarkyti – nelygiai dažyti, netaisyklingai išblukinti, o dar geriau – suplėšyti. „Sveiki“ džinsai konotuoja bendrąsias šiuolaikinės Amerikos reikšmes, o jų sudarkymas tampa būdu atsiriboti nuo šių vertybių. Bet toks atsiribojimas nereiškia visiško atmetimo. Kad ir suplyšusius, žmogus vis dėlto mūvi džinsus, o ne, pavyzdžiui, iš budistų skolintas „oranžinių žmonių“ skraistes. Suplyšusių džinsų mūvėjimas nurodo labai būdingus

populiariajai kultūrai prieštaravimus – kai tai, kam priešinamasi, būtinai dalyvauja pasipriešinimo veiksme. Populiarioji kultūra – giliai prieštaringa visuomenėse, kuriose galios nelygiai paskirstytos pagal socialiniams skirtumams įprasminti naudojamų klasės, lyties, rasės ar kitų kategorijų ašis. Populiarioji kultūra – tai priklausomųjų ir beteisių kultūra, todėl joje visada randame galių santykių ženklus, esminių mūsų socialinei sistemai ir drauge mūsų socialinei patirčiai dominavimo ir subordinacijos jėgų pėdsakus. Lygiai taip pat joje esama pasipriešinimo šioms jėgoms ar jų ignoravimo ženklų – populiarioji kultūra prieštarauja pati sau.

Vidinių populiariosios kultūros prieštaravimų svarba išsamiau aptariama 2 ir 5 skyriuose bei detalizuojama visoje knygoje, tačiau šiam kartui galima apsistoti ties dviem jų bruožais. Pirmasis, kaip minėjau, yra tas, kad prieštaravimas gali aprėpti dominavimo ir subordinacijos, galių ir pasipriešinimo joms išraiškas. Todėl suplėšyti džinsai ženklina ir dominuojančių Amerikos vertybių rinkinį, ir tam tikrą pasipriešinimą joms. Antrasis bruožas yra tas, kad pasipriešinimas aprėpia ir semiotinį sodrumą, ir polisemiją. Jis leidžia teksto skaitytojams arba džinsų mūvėtojams vienu metu naudoti abi jo jėgas ir suteikia jiems galią pasirinkti poziciją tame jėgų susidūrimo taške, kuris atitinka jų konkrečius kultūrinius interesus. Taigi džinsai gali turėti bendruomeniškumo ir individualumo, vienalytiškumo ir vyriškumo ar moteriškumo reikšmes. Džinsų semiotinis sodrumas reiškia, kad jie negali turėti vienos aiškios reikšmės, o sudaro potencialių reikšmių „išteklių banką".

Be abejo, džinsų gamintojai supranta ir mėgina tai pajungti visa tai savo komerciniams interesams. Marketingo ir reklamos strategijomis jie siekia nusitaikyti į specifines socialines grupes ir šitaip suteikti savo gaminiui subkultūriškai specializuotas bendresnių prasmių modifikacijas. Pavyzdžiui, *Levi's 501* modelio televizijos reklamoje rodomi trys akivaizdžiai neturtingi neprivilegijuotos klasės ir (arba) rasės jaunuoliai apleistoje miesto gatvėje. Kyla įspūdis, kad kartu su jais gyvename sunkų, nepriteklių kupiną gyvenimą; melsvai pilkšvo atspalvio vaizdas konotuoja su džinsų mėliu, „mėlynųjų apykaklių" gyvenimu ir „bliuzu" kaip kultūrine forma, išreiškiančia visuomenės atstumtųjų bėdas. Skamba lengva bliuzo pobūdžio melodija. Vis dėlto šioms pesimistinėms prasmėms prieštarauja ženklai, žymintys kaubojiškumą, sėkmingą pasipriešinimą vargui, mažytės asmeninės laisvės ir erdvės susikūrimą suvaržytoje aplinkoje, vyriškos tapatybės ir bendrystės atradimą skurdžiame gyvenime. Šioje reklamoje ryškūs meritokratinio kapitalizmo ideologijos požymiai: kiekvienas gali ir privalo siekti sėkmės ir įsitvirtinti sunkiomis sąlygomis, kurios nėra amžiams nulemtos kartą ir visados.

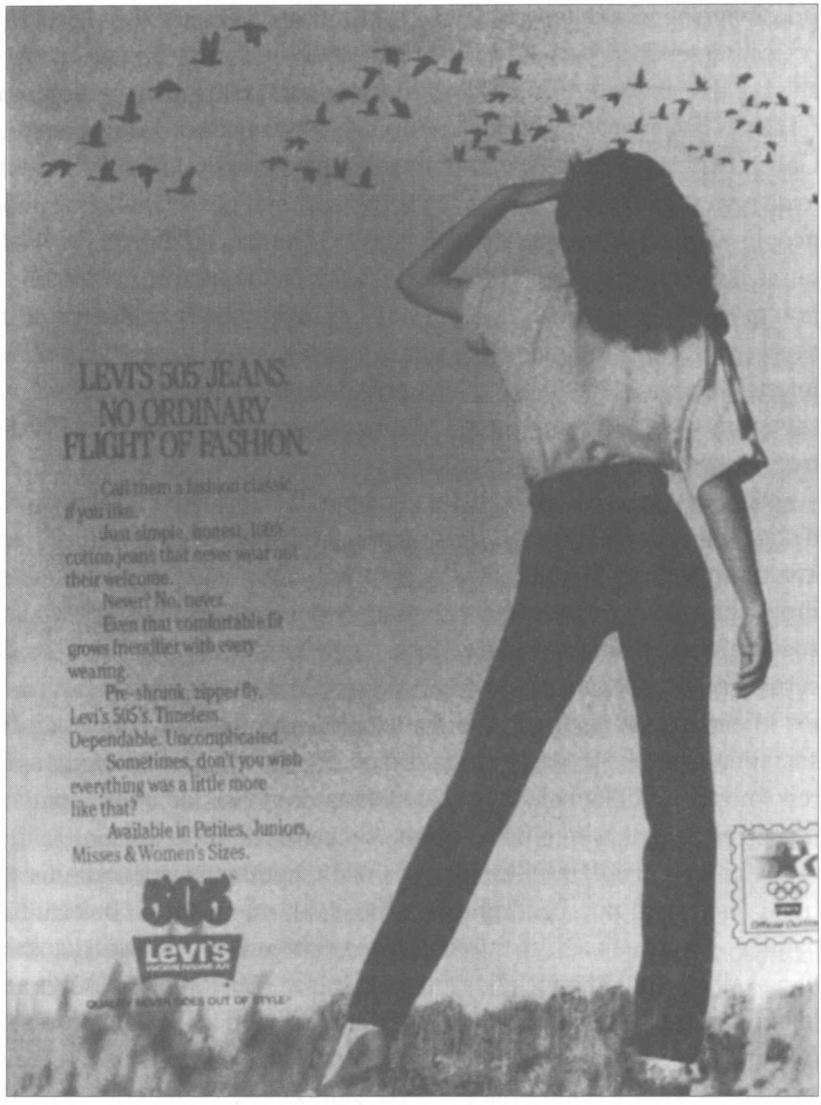
Atrodytų, tai labai skiriasi nuo džinsų įvaizdžio, kuriamo *Levi's 505* reklaminiame plakate (1 pav.), kuriame vaizduojama jais mūvinti mergina žiūri į laukinių žąsų būrį, skrendantį voromis, sudarančiomis žodis „Levi's". Čia į pirmą eilę iškyla laisvės ir natūralumo reikšmės, o paskui su jomis siejamas moteriškasis seksualumas. Šiose dviejose reklamose laisvė, gamta ir moteriškumas tiesiogiai

priešinami nepritekliams, miestui ir vyriškumui, o *Levi's* džinsai peržengia priešpriešą ir suteikia kiekvienai pusei priešingosios prasmes. Taigi lūšnynų jaunuoliai su savo džinsais gali įsijungti į gamtos ir laisvės reikšmes, o jaunoji moteris šias reikšmes gali atsinešti į urbanistinę aplinką būdama tikra, kad jos lengvai pritaps. Galiausiai visos reikšmės yra intertekstualios – joks tekstas, jokia reklama niekada neperduos visų džinsams būdingų reikšmių, nes jos gali egzistuoti tik toje neapibrėžtoje kultūrinėje tarptekstinėje erdvėje, kuri atsiranda prieš tekstus; abi pusės iš tos erdvės ima ir jai duoda, o ji egzistuoja tik toje nuolatinėje apytakoje tarp tekstų ir visuomenės. *Levi's 501* ir *505* modelių reklamos nustato labai skirtingas šio džinsų intertekstualumo variacijas, tačiau neišvengiamai juo (tuo intertekstualumu) naudojasi. Nepaisant viso paviršutinio skirtingumo, jų gilioji semiotinė struktūra yra bendra, vadinasi, vienų džinsų mūvėtojas daugiau ar mažiau perteikia kitų džinsų reikšmes.

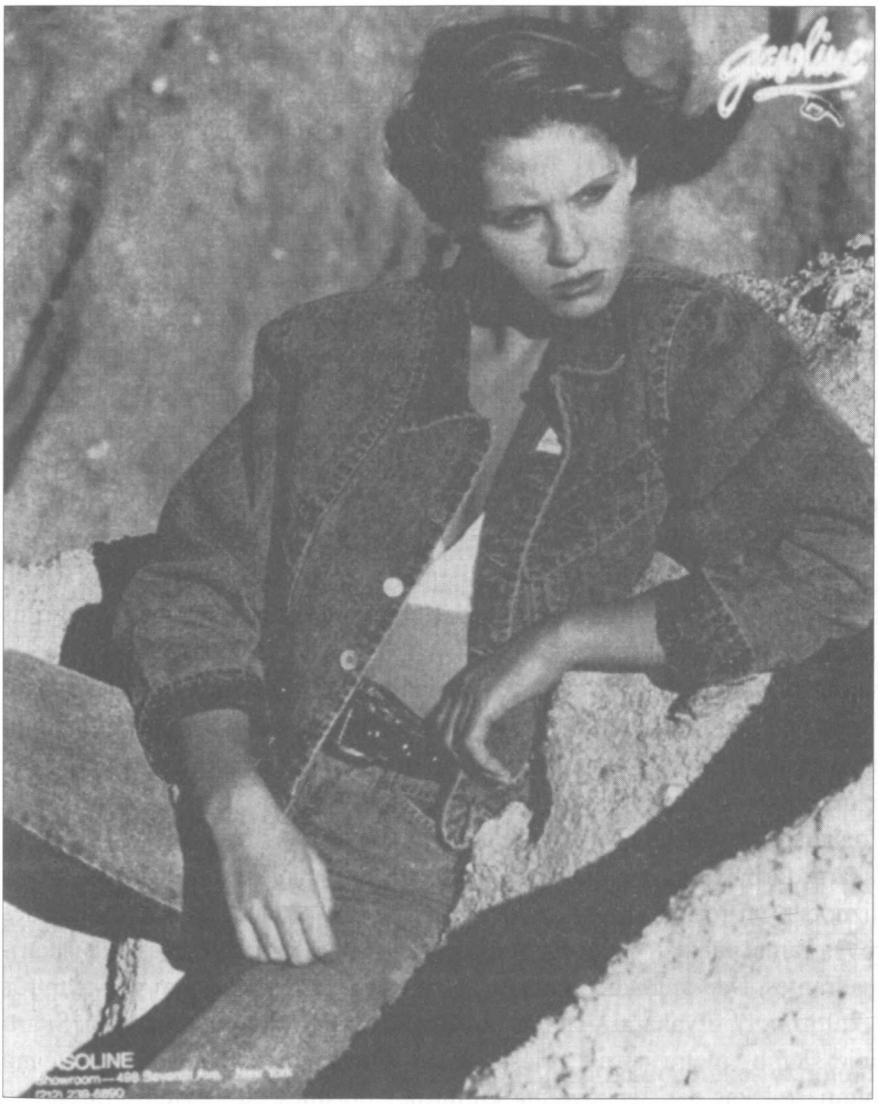
Džinsai nebėra, o gal ir niekad nebuvo, bevardis medvilninio audeklo drabužis. Kaip ir kitos prekės, jiems suteikiami firmos vardai, kurie tarpusavyje konkuruoja dėl apibrėžtų rinkos segmentų. Gamintojai stengiasi nustatyti socialinius skirtumus, o paskui įkomponuoti į gaminį atitinkamus skirtumus taip, kad socialiniai ir gaminio ypatumai tarpusavyje persiklotų. Reklamoje stengiamasi sureikšminti tuos gaminio skirtumus, kurie leidžia tikslinės socialinės formacijos klientams suprasti, kad kreipiamasi būtent į juos, ar net atpažinti jų pačių socialinę tapatybę ir vertybes gaminyje. *Levi's 501* ir *505* modelių skirtingas reikšmes (ir atitinkamai rinkos segmentus) kuria reklama tokiu pat ar bent jau ne mažesniu mastu kaip pačių džinsų skirtumai.

Taigi firminiai džinsai kreipiasi į rinkos segmentus ir socialinius skirtumus: jie krypsta šalin nuo bendrųjų vertybių, šalin nuo gamtos, link kultūros ir jos painiavos. Firminių džinsų mūvėjimas yra skiriamasis veiksmas, kai kalbant bendrąja kalba, vartojama socialiai apibrėžta šnekta. Tai kopimas aukštyn socialiniais laiptais, miesto ir jo rafinuotumo kryptimi, link mados ir socialinio išskirtinumo. Firminių ir paprastų džinsų opoziciją galima apibendrinti taip:

Paprasti džinsai	*Firminiai džinsai*
neklasiniai	aukštesniosios klasės
kaimo	miesto
bendruomeniški	socialiai išskirtiniai
abiejų lyčių	moteriški (rečiau – vyriški)
darbo	poilsio
tradiciniai	šiuolaikiniai
nesikeičiantys	kintantys
VAKARŲ GAMTA	RYTŲ KULTŪRA



1 pav. Tai ne vien mados „polėkis“: *Levi's 505* džinsai pabrėžia amžiną gamtos padiktuotą laukinių žąsų skrydį, esantį aukščiau už įnoringos mados paskraidymus. Jų ilgaamžiškumas – tai materialus (pažodžiui) ekvivalentas „amžinų, patikimų, paprastų“ vertybių, būdingų gimtajai žemei, kurios, kaip ir džinsų, svetingumas niekad neišblėsta, bet auga „sulig kiekvienu apsimovimu“. Šios vertybės yra įsišaknijusios gilioje praeityje, fiziškai ir istoriškai stovinčioje už mūvėtojos pečių, tačiau ji pasiims jas į ateitį, kurios link ji mato skrendančias žąsis. Vakarai yra praeitis ir ateitis, laisvė, gamta, tradicija.



2 pav. Antra vertus, *Gasoline* džinsams Vakarų natūralumas yra jėgos šaltinis, jų atšiaurumas vienu metu paradoksaliai transformuojasi ir į manekenės moteriškumą, ir į Niujorko Septintosios aveniu madų demonstravimo salono įmantrumą. Salono išskirtinumą, kontrastuojantį su *Levi's* visuotinumu, atkartoja fotografijos stiliaus individualumas, priešingas *Levi's* nuotraukos patogiam, apibendrintam anonimiškumui. Tvirtos uolos ir nenudėvimas audinys įkūnija gyvenimo Niujorke įtampą ir jo gyventojų tvirtybę. Sudėtinga šiandiena reikalauja visos Amerikos pirmeiviams būdingos ištvermės – tik pasienis nusikėlė kitur. Nesamą vyro kūno tvirtybę leidžia numanyti moters seksualumas ir audeklo, uolos, kūno žemiškumas.

Semiotinė džinsų slinktis iš kairės į dešinę iš dalies atspindi būdą, kuriuo pamatiniai Amerikos mitai gali būti inkorporuojami į šiuolaikinę urbanizuotą prekinę visuomenę, kurioje masiško gyvenimo ankštumas ir homogenizuojančių jėgų slėgis siekia visus suvienodinti ir tuo sukelia gilų individualumo pojūčio ir socialinio išskirtinumo poreikį. Todėl firminių džinsų reklamos nuosekliai pabrėžia jų tinkamumą TAU; kūno žemiškumas yra kažkas daugiau negu prigimties, veržlumo ar seksualumo ženklas – jis tampa individualybės ženklu. Galų gale mūsų kūnai yra ta buveinė, kurioje labiausiai esame savimi ir kur ryškiausiai pasireiškia mūsų individualūs skirtumai: „Įsikūnyk nuostabiu pavidalu,... savo pavidalu. Su *Wrangler*. Džinsai, kurie suteikia tavo norimo dydžio tau patinkantį pavidalą. *Tinka Kiekvienam Kūnui"* (4 pav.), arba: „Imk – tai tikroji tavo juosmens apimtis. Tikrasis ilgis? Irgi tavo" (*Chick jeans*). Savaime suprantama, kopiant aukštyn socialiniais laiptais, individualizmas didėja. Todėl *Zena jeans* (6 pav.) yra priemonė, padedanti jų savininkei (kuri reklamoje ką tik juos nusimovė dėl priežasčių, paliktų mūsų vaizduotei) susitikti tikrą vyrą: Jeilio universitetą baigusį teisininką, kuris mėgsta kalnų slidinėjimą, bet nekenčia prancūziškų filmų. Džinsai įsibrovė į pasaulį, kuriame viską lemia klasiniai skirtumai ir subtilūs socialiniai skirtumai klasės viduje.

Kartu su klasiniais skirtumais atsiskleidžia ir lyčių skirtumai. Reikšminga, kad daug firminių džinsų reklamos skiriama moterims, nes mūsų patriarchalinėje visuomenėje moterys labiau negu vyrai pratinamos socialinę tapatybę, savo vertę ir seksualumą reikšti kūno išore.

Po šiais akivaizdžiais skirtumais slypi esmingesni skirtumai tarp JAV Rytų ir Vakarų, tarp kultūros ir gamtos. Rytai yra ta vieta, kurioje žemynas buvo civilizuotas (tai reiškia, kolonizuotas baltųjų) visų pirma, ir iš šios kultūrinės tvirtovės gamta pamažu buvo stumiama į Vakarus, kol pirmeiviai pasiekė vakarines pakrantes. Dar ir šiandien visuotinai priimta manyti, kad Rytai yra įmantrūs (t. y. kultūringi), o Vakarai – ramūs ir atsipalaidavę (t. y. arčiau gamtos). Sparti „Silicio slėnio" plėtra įterpia prieštaravimo šiam teiginiui gaidelę, bet, mano manymu, kol kas dar nepanaikina kultūrinės prasmės tarp dviejų kontinento pusių skirtumo.

Robertas McKinley (1982) apybraižoje, pavadintoje „Kultūra sutinka gamtą šeštos valandos naujienose" (*Culture Meets Nature on the Six O'Clock News*) teigia, kad dėl geografinių priežasčių Rytai visada asocijuosis su kultūra. Laiko zonos reiškia, kad žinios (ataskaitos apie kultūrinę veiklą) pirmiausia atsiranda Rytuose, todėl tai padeda Rytams įsitvirtinti kaip kultūros centrui. Žemės sukimasis, suteikdamas Rytams laiko pranašumą, turi ir kitą pasekmę: dažniausiai orai slenka iš Vakarų į Rytus, taigi naujienos (kultūra) juda iš Rytų į Vakarus, o orai (gamta) – iš Vakarų į Rytus.

Komercija ir populiarumas

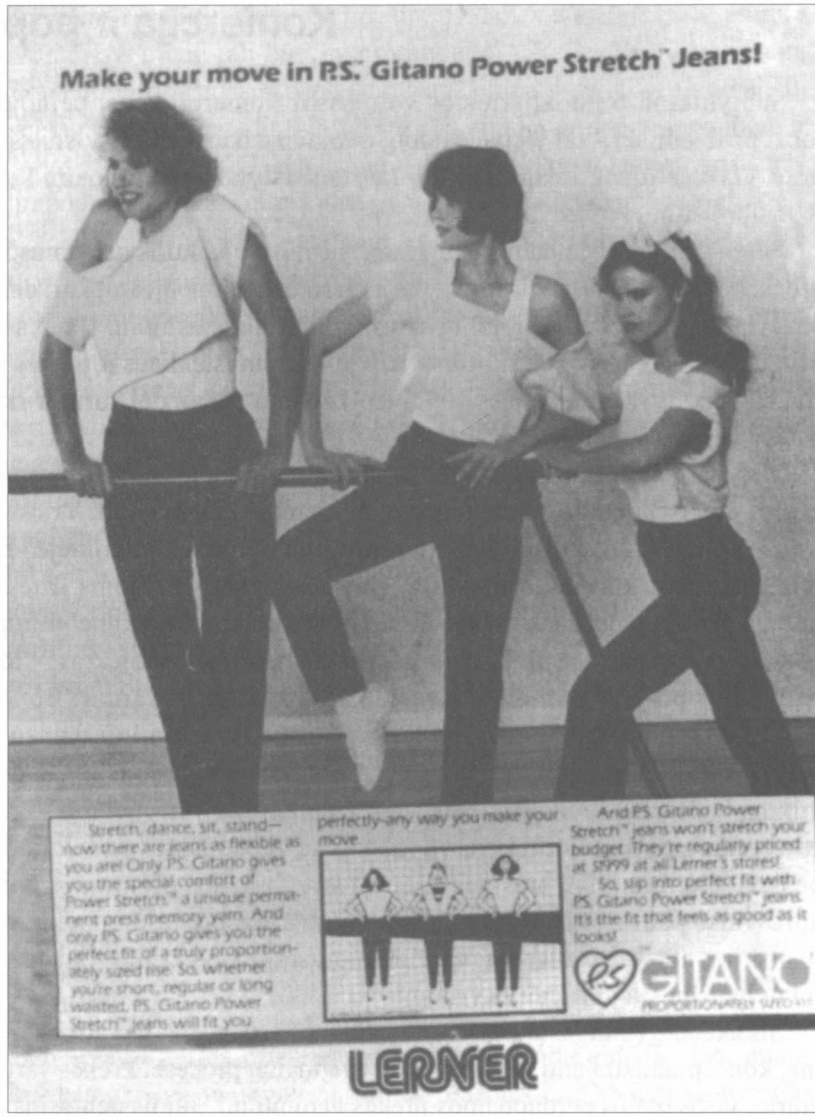
Santykiai tarp Populiariosios kultūros ir komercijos bei pelno galių yra labai problemiški – tai viena iš temų, nuolat pasikartojančių visoje šioje knygoje. Galime pradėti nagrinėti kai kuriuos dalykus, įsigilindami į suplėšytų džinsų reiškinį.

Paprasčiausiu lygmeniu susiduriame su vartotoju, kuris ne paprastai vartoja prekę, bet ją perdirba, elgiasi su ja ne kaip su užbaigtu objektu, kurį dera priimti pasyviai, bet kaip su naudojimui skirtu kultūriniu ištekliumi. Daug svarbių teorinių teiginių pagrindžia skirtumą tarp kultūrinio ištekliaus ir prekės vartotojo (tai ne veiklos skirtumai, o skirtingi teorizavimo būdai, dėl kurių ir skiriasi tos pačios veiklos supratimas).

Vėlyvasis kapitalizmas su jo rinkos ekonomika apibūdinamas prekėmis, kurios jį užtvindo taip, kad net norint neįmanoma jų išvengti. Yra keli prekių ir jų vaidmens mūsų visuomenėje supratimo būdai: ekonominėje sferoje jos užtikrina turto kūrimą ir apyvartą, gali priklausyti įvairioms kategorijoms: nuo pagrindinių būtiniausių kasdienio gyvenimo prekių iki nebūtinų prabangos dalykų; maža to, prekė gali būti ir nematerialus objektas – toks, kaip televizijos programa, moters išvaizda arba žvaigždės vardas. Be to, prekės atlieka dvi funkcijas: materialiąją ir kultūrinę. Materialioji džinsų funkcija privalo atitikti apsaugos nuo šalčio, padorumo, patogumo ir panašius reikalavimus. Kultūrinė funkcija siejasi su reikšmėmis ir vertybėmis. Visas prekes vartotojas gali panaudoti konstruodamas savo paties, savo socialinės tapatybės ir socialinių ryšių prasmes. Džinsų ar televizijos programos kaip prekės aprašymas pabrėžia jų vaidmenį turto apyvartos procese ir siekia sumažinti jų atskirą, nors priklausomą, vaidmenį prasmių apyvartoje – šią tezę aš išsamiau nagrinėsiu antrame skyriuje.

Šis akcentų (pinigai ar prasmė) skirtumas kartu atspindi ir atitinkamą skirtumą, konceptualizuojantį galių pusiausvyrą mainų procese. Prekės vartotojo požiūriu, visos galios perduodamos prekės gamintojui. Tai jis pelnosi iš gamybos ir pardavimų, o vartotojas eksploatuojamas tiek, kiek išpučiama kaina, kurią jis ar ji moka viršum medžiaginių sąnaudų, kad gamintojas gautų kuo didesnį pelną. Šis eksploatavimas džinsų atveju dažnai įgauna antrą matmenį: visai įmanoma, kad vartotojas yra pramoninio proletariato klasės atstovas, kurio darbas išnaudojamas siekiant vis to paties pelno (pats principas išlieka net tuo atveju, jei darbininko gaminama prekė iš tiesų nėra džinsai, kuriuos jis nusiperka atlikdamas vartotojo vaidmenį).

Kai šiuo požiūriu nagrinėjame reikšmių klausimą, per ideologijos teoriją vėl grįžtame prie galių suteikimo gamybos priemonių savininkams. Šiuo atveju teorija



3 pav. *P. S. Gitano* vyriškasis Vakarų šiurkštumas perkeliamas į moterų gimnastikos centrą mieste: metaforiškoje slinktyje galia ne prarandama, o transformuojama. Džinsai tampa kūnu – suteikia jėgų, idealiai tinka ir puikiai nuteikia: tai – tavo judesys, tu esi judesys, tu esi – tavo džinsai.

4 pav. *Wrangler* džinsai ne tiktai tinka tavo kūnui – jie suteikia tau trokštamą kūną – trokštamo dydžio trokštamą formą. Tavo „išsvajotoji figūra“ sulieja fizinę jėgą su seksualiu patrauklumu ir leidžia dalyvauti vyriškoje veikloje neprarandant moteriškumo, kurio taip geidžia vyrai. Tavo „išsvajotoji figūra“ juos seksualiai patraukia, o tau suteikia galią; mėgaukis tuo ir pergalingai šypsokis, palikdama vyrą (ir šunį), lekuojantį iš paskos, – tu žinai, kad galų gale jis tave pasivys.

galėtų paaiškinti, kad džinsai yra taip persmelkti baltosios rasės kapitalizmo ideologija, kad kiekvienas juos mūvintis neišvengiamai tampa jos dalyviu, o kartu ir skleidėju. Mūvėdami džinsus mes priimame šioje ideologijoje egzistuojančių subjektų poziciją, tampame jos bendrininkais, todėl suteikiame jai materialią išraišką; mes „išgyvename" kapitalizmą per jo prekes, o taip gyvendami jį įteisiname ir stipriname.

Džinsų gamintojai ir platintojai neketina *tyčia* skleisti kapitalistinės ideologijos kartu su savo gaminiu, jie nėra sąmoningi propagandininkai. Greičiau ekonominė sistema, kuri lemia masinę gamybą ir masinį vartojimą, prekėse ideologiškai save atgamina. Kiekviena prekė atgamina ją sukūrusios sistemos ideologiją. Prekė – tai materija, virtusi ideologija. ši ideologija veikia taip, kad savo valdiniams sukurtų klaidingą jų padėties visuomenėje suvokimą. Klaidingą dėl dviejų priežasčių: pirma, todėl, kad užtemdo interesų konfliktą tarp buržuazijos ir proletariato (skirtumą jie gal ir gerai suvokia, tačiau jį supranta kaip padedantį siekti galutinio socialinio konsensuso, kaip liberalų pliuralizmą, kuriame socialiniai skirtumai galiausiai laikomi ne konfliktiškais, o harmoningais), o antra, todėl, kad maskuoja jų ir kitų darbininkų bendrus interesus – neleidžia formuotis klasinio solidarumo ir klasinės sąmonės jausmui. Kultūros srityje ideologija veikia taip pat, kaip ekonomika savojoje – natūralizuoja kapitalistinę sistemą, kad ji atrodytų vienintelė galima.

Tad kiek gi tam priešinamasi mūvint suplėšytus džinsus? Ekonomikos sferoje pasipriešinimo žyme galima vadinti tai, kad natūraliai sudėvėti džinsus taip, kad jie suplyštų, reikia gerokai daugiau laiko, negu tiesiog nutrinti taip, kad visi pripažintų, jog metas juos keisti naujais. Sumažinti prekių įsigijimą tėra tik menkas gestas didelio vartojimo visuomenės atžvilgiu, tačiau jis tampa daug reikšmingesnis ne ekonomikos, o kultūros sferoje. Viena iš galimų reikšmių aibių – tai neturto demonstravimas, tačiau tai prieštaringas signalas, nes *iš tiesų* vargingai gyvenantys žmonės nepaverčia savo skurdo mada. Taip pabrėžtas gausos atmetimas nebūtinai nutiesia kultūrinio solidarumo su ekonomiškai neturtingais žmonėmis tiltą, nes toks „skurdas" tėra pasirinkimo reikalas – nors kai kuriais atvejais ir reiškia užuojautą vargšų padėčiai. Svarbiausia jo galia yra neigimas, tai yra atgaivinama septintojo dešimtmečio džinsų savybė reikšti alternatyvias, o kartais opoziciškas, socialines vertybes. Tačiau svarbiau už bet kurias kitas įmanomas suplėšytų džinsų reikšmes yra tai, kad draiskalai – paties dėvėtojo darbas ir pasirinkimas, tai prekės ekskorporavimas į pavaldžiąją subkultūrą ir bent jau dalies prigimtinių suprekinimo galių perkėlimas į ją. Tai suprekinimo atsisakymas ir teigimas, jog kiekvienas turi teisę kurti savo kultūrą naudodamas prekinės sistemos išteklius.

Toks prekės „nudėvėjimas" ar sudarkymas siekiant patvirtinti teisę ir gebėjimą perdirbti ją savo kultūros reikmėms nebūtinai turi būti suprantamas pažodžiui.

Homoseksualų bendruomenė savo heroje pavertė Judy Garland, „nudėvėdama" ir sudarkydama jos, visų amerikiečių numylėtinės, tautiškomis spalvomis išpuoštos merginos iš gretimo namo įvaizdį ir jį perdirbo į maskarado, būtino sukurti šį įvaizdį, ženklą – maskarado, tolygaus tam, kuris iki seksualinio išsilaisvinimo eros kiaurai smelkė visą gėjų visuomeninę patirtį (žr. Dyer, 1986).

Ekskorporavimas – tai procesas, kai valdiniai susikuria nuosavą kultūrą iš išteklių ir prekių, kurias jiems tiekia vyraujanti sistema; tai – populiariosios kultūros esmė, nes pramoninėje visuomenėje vienintelius išteklius, iš kurių priklausomieji gali kurti nuosavą kultūrą, pateikia juos pajungianti sistema. Čia nėra „autentiškos" liaudies kultūros, suteikiančios alternatyvą, tad populiarioji kultūra būtinai yra menas pasitenkinti tuo, kas prieinama. Tai reiškia, kad populiariosios kultūros tyrimai turi aprėpti ne vien ją sudarančias kultūrines prekes, bet ir būdus, kaip žmonės tas prekes naudoja. Naudojimo būdai yra gerokai kūrybiškesni ir įvairesni negu prekės.

Priklausomų grupių, kurių įvairūs paslankūs junginiai sudaro liaudį, produktyvumas pasireiškia ne tuo, kas naudojama, o tuo, kaip naudojama. Tai verčia gamintojus imtis inkorporavimo arba tramdymo procesų. Gamintojai skubiai pasinaudojo suplyšusių (arba senų ir išblukusių) džinsų populiarumu ir pradėjo juos plėšyti fabrikiniu būdu arba „nuskalbdavo" ir išblukindavo gamyklose prieš parduodant. Šis pasipriešinimo ženklų perėmimo procesas inkorporuoja valdinius į vyraujančią sistemą ir tuo būdu siekia atimti iš jų bet kokias opozicines prasmes.

Šitoks požiūris verčia pripažinti, kad inkorporavimas išplėšia iš pavaldžių grupių bet kokią opozicišką kalbą, kurios jos galėtų griebtis; atima priemones išsakyti savo opoziciškumą ir galiausiai pačios opozicijos galimybę. Jį galima suprasti ir kaip suvaržymo būdą – kaip leidžiamą ir kontroliuojamą nepritarimo gestą, kuris veikia kaip saugos vožtuvas, o drauge stiprina vyraujančią visuomeninę santvarką, išreiškia jos gebėjimą susidoroti su nepritariančiais ir protestuojančiais, suteikiant jiems pakankamai laisvės, kad jaustųsi sąlyginai patenkinti, bet nepakankamai – kad keltų grėsmę sistemos, prieš kurią protestuoja, stabilumui.

Todėl *Macy* prekybos tinklas reklamuoja: „Įspūdžiai – išblukintas patrauklumas... nudėvėti *Calvin Klein Sport* džinsai". „Nudėvėti reikiamose vietose", – toliau rašoma reklamoje, – „visiškai nauji džinsai priglunda ir atrodo kaip senieji mėgstamiausieji. O jei dar pasipuošite naujuoju baltu Calvino megztiniu aukšta apykakle, pasijusite visiškai laimingi". Visos įmanomos opozicinės reikšmės įtrauktos į apibūdinimą „senieji mėgstamiausieji". Gamintojas kontroliuoja nusidėvėjimo požymius užtikrindamas, kad jie pasirodo tiktai „reikiamose vietose", ir šiuo inkorporuotu ir taip nukenksmintu opozicinio kalbėjimo būdu pasinaudoja kaip galimybe parduoti dar daugiau prekių (baltų megztinių standžia apvalia apykakle) žmonėms, iš kurių tokį kalbėjimo būdą pavogė. Tokiais būdais, kaip teigia inkorporavimo teorija, opozicijos ženklai užtikrina pranašumą tų, kam ji oponuoja,

5 ir 6 pav. Šioje reklamos sekoje matome judėjimą iš Vakarų į Rytus, iš kaimo į miestą, iš vyriškojo į moteriškąjį pradą, nuo bendrosios link aukštosios mados, o drauge link individualumo. Šiose reklamose individas pradingo, leisdamas šį nebuvimą užpildyti unikalia (kiekvieno) vartotojo individualybe. *Sergio Valente* džinsai, sukurti „tavo gyvenimui ir meilei", priklauso vaiduokliškai figūrai, kuri ką tik išlipo iš jų ir paliko stebuklingai tuščius, bet stačius – lyg vis dar tebebūtų ant kūno, tarytum kviečiančius skaitytojo kūną iš nesąmonės sukurti prasmę ir užpildyti likusią tuštumą. (Atsitiktinis) pledas primena tradiciją ir praeitį, kuriai prieštarauja, bet kurios nepanaikina madingas džinsų sukirpimas ir dryžiai. šiuose miestui pritaikytuose džinsuose

laisvė atrandama išlipus iš jų (priešingai negu *Levi's 505* reklamoje) ir atmetus jų aksesuarus – varžančius aukštakulnius, grandinę ir apyrankę, metalinį diržą – vergo pančius, nusiimamus kada panorėjus. Vartotojai *yra* jų vartojama prekė, bet paradoksalu tai, kad savimi jie tampa tik jos atsikratę. Nesanti *Zena* džinsų savininkė kviečia vartotoją užimti jos vietą (vonioje, lovoje, meilėje). *Jos* įsigytos prekės (džinsai, Šetlando avių vilnos megztinis, slidinėjimo batai, senas klasikinis radiatorius) yra moteriškasis *jo* sėkmės ir išskirtinumo ekvivalentas. Šios prekės – metaforos laimėjimų, kuriuos jos padeda *jai* pasiekti; tuo pat metu stebuklingas tikslas ir priemonė, rezultatas ir procesas.

ir madingai nudėvėti ir suplėšyti drabužiai tampa nauja prekių linija: sudriskę džinsai daugiau neprieštarauja suprekinimo vertybėms, o virsta jų plėtojimo ir stiprinimo priemone.

Tokie populiariosios kultūros aiškinimai atskleidžia tik dalį tiesos, nes jie sutelkia dėmesį beveik vien tik į dominuojančių grupių galias išlaikyti sistemą, kuri joms teikia pranašumą, – šiuo atveju jų strategija iš anksto ir neabejotinai pripažįstama sėkminga. Socialiniai skirtumai, kurie vis dėlto egzistuoja tarp mūvinčių „iš tiesų" senus suplėšytus džinsus ir tarp *Macy* klientų, neatpažįstami, o kartu lieka nepastebėtas bet koks pasipriešinimas inkorporavimui, dėl kurio pastarojo pergalės visada esti tik dalinės. Todėl tokie aiškinimai paradoksaliu būdu susigretina su dominavimo galiomis, nes, ignoruodami pavaldžiųjų sluoksnių sudėtingus ir kūrybiškus būdų, kuriais šie kasdieniame gyvenime susidoroja su prekine sistema ir jos ideologija, dominuojantys sluoksniai nepakankamai vertina, o drauge devalvuoja konfliktus ir kovą, lydinčią populiariosios kultūros kūrimą kapitalistinėje visuomenėje.

De Certeau (1984; žr. 2 skyrių) aiškindamas šią kovą naudojasi kariniu palyginimu: jis kalba apie galingųjų strategiją, besiremiančią stipriomis ir gerai organizuotomis jėgomis, susidūrusią su vikria ir kintančia silpnųjų taktika. Ši taktika leidžia aptikti silpnąsias galią turinčių jėgų puses ir atakuoti jas taip, kaip partizanų kovotojai nuolat kamuoja ir puldinėja grobikų armiją. Partizaniška taktika yra silpnųjų menas: jie niekad nestoja į kovą su galingųjų jėgomis atvirai, nes pralaimėtų, bet ugdo pasipriešinimą socialinės tvarkos, kurioje dominuoja galingieji, viduje ir prieš ją. Eco (1986) taip pat kalba apie „semiotinį partizanišką karą", leidžiantį suprasti populiariąją kultūrą ir jos gebėjimą priešintis dominuojančiai ideologijai. Aš teigčiau, kad tai savo ruožtu padeda įprasminti socialinius skirtumus ir interesų konfliktą šių skirtumų viduje. Šis įprasminimas iš esmės būtinas, kad visuomenės heterogeniškumas būtų produktyvus, o ne statiškas; progresyvus, o ne reakcingas.

Pokyčiai gali ateiti tik iš apačios: galias turinčiųjų interesus geriausiai atitinka *status quo* išlaikymas. Socialinių pokyčių varikliu gali būti tik socialinės diferenciacijos, pagrįstos interesų konfliktu, įsisąmoninimas, o ne liberalusis pliuralizmas, kai skirtumai galiausiai nusileidžia konsensusui, kurio funkcija – palikti tuos skirtumus iš esmės nepakitusius.

Populiarioji kultūra visada yra galių santykių dalis: joje visuomet išlieka pėdsakai nuolatinės kovos tarp dominavimo ir subordinacijos, tarp galios ir įvairiausių pasipriešinimo jai arba jos vengimo formų, tarp karinės strategijos ir partizaninio karo taktikos. Vertinti galių pusiausvyrą šioje kovoje niekada nėra paprasta. Kas bet kuriuo momentu galėtų pasakyti, kuri pusė „laimi" partizaninį karą? Partizaninio karo, kaip ir populiariosios kultūros, esmė ir yra ta, kad jie nesutriuškinami. Nepaisant beveik dviejų amžių kapitalizmo viešpatavimo, valdinių

subkultūros tebeegzistuoja ir atkakliai atsisako būti inkorporuotos – šioms subkultūroms priklausantys žmonės ir toliau kuria būdus, kaip nudrengti savo džinsus. Nors patriarchatas viešpatavo ilgus amžius, moterys sugalvojo ir tęsia feminisčių judėjimą, o kiekviena moteris, savo individualiame gyvenime laimi mažytes netvarias pergales partizaniškuose reiduose prieš patriarchatą, nuolat verčia priešą būdrauti ir užkariauja, o kartais ir išlaiko teritorijas (kad ir kokios jos būtų mažytės). Todėl pamažu, nenoromis atsakydamas į tai, patriarchatas turi keistis. Struktūriniai pokyčiai pačios sistemos lygiu bet kurioje srityje – ar tai būtų teisė ar politika, pramonė ar šeima – įvyksta tik tuomet, kai kasdienio gyvenimo taktikos pagraužia ir susilpnina sistemą.

Dar visai neseniai populiariosios kultūros tyrinėjimai vyko dviem pagrindinėmis kryptimis. Mažiau populiari buvo ta, kuri šlovino populiariąją kultūrą, neįtraukdama jos į galių pasiskirstymo modelį. Jos modelis buvo grindžiamas konsensusu, o populiarioji kultūra laikoma ritualinio socialinių skirtybių valdymo forma, iš kurios gimsta visuotinė harmonija. Tai – demokratinis elitinio humanizmo variantas, kai tautos kultūrinis gyvenimas paprasčiausiai perkeliamas iš elito aukštumų į populiarybę.

Antroji kryptis siekia tvirtai įstatyti populiariąją kultūrą į galių pasiskirstymo modelį, bet taip stipriai pabrėžia dominuojančias jėgas, kad tampa neaišku, kaip tikra populiarioji kultūra gali iš viso egzistuoti. Ją pakeitė masinė kultūra, kultūros pramonės įpiršta silpniems ir pasyviems žmonėms, kurių interesai tiesiogiai su ja kertasi. Masinė kultūra gamina statiškų, pasyvių žmonių masę, atomizuotų individų aglomeraciją, kurioje jie skirstomi pagal padėtį socialinėje struktūroje, suskaldomi ir nebesupranta savo klasinės priklausomybės, atskiriami nuo ištikimybės skirtingoms socialinėms ir kultūrinėms vertybėms – taigi lieka visiškai priklausomi ir bejėgiai.

Tačiau šiuo metu atsiranda trečioji kryptis, kurios tapsmui, tikiuosi, padės ši knyga. Ji taip pat laiko populiariąją kultūrą kovos lauku, bet pripažindama dominuojančių galių jėgą ji daugiau dėmesio kreipia į liaudies taktiką, kuri leidžia iškęsti, išvengti tos jėgos ir priešintis jai. Užuot skyrusi dėmesį išimtinai inkorporavimo procesui, ši kryptis labiau gilinasi į liaudies gyvybingumą ir kūrybingumą, dėl kurių inkorporavimas ir tampa tokia nuolatine būtinybe. Užuot sutelkusi dėmesį į visuotinę apgaulingą dominuojančios ideologijos praktiką, ji siekia suprasti kasdienį pasipriešinimą ir vengimą, kurie verčia ideologiją taip kryptingai ir sunkiai dirbti, kad išliktų ji pati kartu su jos vertybėmis. Ši tyrimų kryptis taria, kad populiarioji kultūra iš esmės yra potencialiai, o dažnai ir realiai pažangi (bet ne radikali) bei optimistinė, nes liaudies energija ir gyvybingumas įrodo socialinių permainų galimybę, pagrindžia jų vykdymo motyvaciją.

2 SKYRIUS

Prekės ir kultūra

Žmonių formacijos

Industrinės visuomenės populiarioji kultūra – iš esmės prieštaringas reiškinys. Viena vertus, ji industrializuota: jos prekes gamina ir platina pelno siekianti pramonė, kuri vadovaujasi tik savo pačios ekonominiais interesais. Antra vertus, tai – žmonių kultūra, o žmonių interesai nesutampa su pramonės interesais, kaip liudija daugybės filmų, įrašų ir kitų prekių brangiai kainavusios nesėkmės (iš kurių Edselis[1] buvo viena garsiausių). Kad prekė taptų populiariosios kultūros dalimi, ji turi būti susijusi ir su žmonių interesais. Populiarioji kultūra yra ne vartojimas, o kultūra – aktyvus prasmių ir malonumų kūrimo bei apyvartos procesas socialinėje sistemoje. Net labai industrializuotos kultūros negalima tinkamai apibūdinti vien pagal prekių pirkimą ir pardavimą.

Kultūra – gyvas ir aktyvus procesas: ją galima kurti tik iš vidaus, bet neįmanoma primesti iš išorės ar viršaus. Masinės kultūros teoretikų baimės praktiškai nepasitvirtina, nes masinė kultūra, kaip prieštaringų sąvokų derinys, negali egzistuoti. Homogeniška, išorėje pagaminta kultūra negali būti parduota masėms kaip baigtas gaminys – tiesiog kultūra ne taip veikia. Žmonės irgi nesielgia ir negyvena kaip masė, kaip sankaupa susvetimėjusių, vienmačių asmenų, kurie vadovaujasi vienintele klaidinga sąmone ir žiūri į juos pavergiančią sistemą kaip nieko nenutuokiantys (o gal net patenkinti) naivuoliai. Populiariąją kultūrą kuria žmonės, o ne gamina kultūros pramonė. Kultūros pramonė gamina tik tekstų arba kultūros išteklių repertuarą, kurį įvairios žmonių formacijos naudoja arba atmeta nuolat kurdamos savo populiariąją kultūrą.

„Žmonės“ nėra stabili sociologijos kategorija, jos negalima identifikuoti ir ji nepavaldi empiriniam tyrimui, nes objektyvioje realybėje neegzistuoja.

---

[1] 1958–1960 metų *Ford Motor Co.* automobilio „Edsel“ reklaminė kampanija, padariusi 350 mln. dolerių nuostolio ir pagarsėjusi kaip didžiausia marketingo nesėkmė istorijoje (*vert. past.*).

Žmonės, liaudis, žmogiškosios jėgos – tai kintantis lojalumo (priklausomybių ir ištikimybių) kompleksas, kuris perveria visas socialines kategorijas. Individai priklauso skirtingoms žmonių formacijoms skirtingu metu ir dažnai laisvai pereina iš vienos į kitą. Todėl „žmones" aš suprantu kaip šį kintantį socialinių ištikimybių kompleksą, kurį geriau apibūdina žmonių juntamas bendrumas, negu tokie išoriniai sociologiniai veiksniai kaip klasė, lytis, amžius, rasė, regionas ir t. t. Tokios lojalios priklausomybės gali sutapti su klasės ar kitomis socialinėmis kategorijomis, bet nebūtinai: jos dažnai perskrodžia šias kategorijas arba jas visai ignoruoja. Taigi nors tarp socialinės sistemos struktūros ir kultūrinių ištikimybių yra akivaizdūs ryšiai, jie nėra visiškai griežtai apibrėžti.

Būtinybė įveikti sudėtingos, labai išplėtotos socialinės struktūros kasdienio gyvenimo problemas sukūrė nomadiškus subjektyvumus, kurie gali judėti šiose sistemose, perskirstydami socialines priklausomybes tarp skirtingų žmonių formacijų pagal tos akimirkos reikalavimus. Viskas performuluojama galios santykių struktūrose, visos socialinės ištikimybės išreiškia ne tik „su kuo", bet ir „prieš ką". Iš tikrųjų drįstu tvirtinti, kad opozicijos ar skirtingumo pojūtis lemia daugiau negu panašumo ar klasinės tapatybės pojūtis, nes kaip tik bendras priešiškumas sukuria tekamumą, būdingą sudėtingų visuomenių žmonėms.

Įvairios žmonių formacijos pereina iš vienos socialinės kategorijos į kitą kaip aktyvūs veikėjai, o ne kaip paklusnūs valdiniai, kurie be didelės įtampos gali laikytis, atrodytų, prieštaringų požiūrių arba paeiliui, arba tuo pat metu. Šios liaudiškos ištikimybės nepagaunamos, jas sunku apibendrinti ir tyrinėti, nes jos atsiranda iš vidaus, jas kuria žmonės konkrečiose situacijose ir konkrečiu laiku. Tai ne struktūriniai, o kontekstiniai ir laikiniai dariniai; jie yra praktikos, o ne struktūros dalykas.

Jauni miestuose gyvenantys Australijos aborigenai, šeštadienio rytais per televiziją žiūrėdami senus vesternus, tampa indėnų sąjungininkais, šūksniais palaiko vežimų vilkstinės ar naujakurio sodybos puolimą, baltojo vyro nužudymą ir baltosios moters pagrobimą. Jie taip pat susitapatina su amžinuoju juodaodžiu paternalistinės baltųjų šeimos auginamu vaiku Arnoldu iš filmo „Įvairūs smūgiai" (Diff'rent Strokes[2]). Abiem atvejais jie konstruoja priklausomybes tarp Amerikos juodaodžių, Amerikos indėnų ir Australijos aborigenų, kurios leidžia įprasminti jų – nebaltųjų gyventojų baltųjų visuomenėje – patirtį (Hodge & Trip, 1986). Jie išvengia vesterno baltosios kolonijinės ideologijos, kad susikurtų iš jo savo populiariąją kultūrą, jie atmeta „Įvairių smūgių" pranešimą „tave globos baltasis tėvas", kad Arnoldo santykyje su kasdienybe atrastų savo

[2] 1978 m. pirmą kartą per NBC rodytas televizijos serialas (*vert. past.*).

reikšmes ir malonumus. Tačiau dominuojanti ideologija privalo būti: Arnoldo teikiamas malonumas egzistuoja tik todėl, kad jis yra baltosios ideologijos valdinys (bet ne pavergtasis), o paternalizmą jie suvokia ne kaip labdaringą, o kaip priešišką reiškinį. Taip pat ir džiaugsmas indėnų laimėjimais vesterno pasakojimo viduryje iš dalies priklauso nuo jų neišvengiamo pralaimėjimo pabaigoje. Svarbiausia, kad populiarioji kultūra *atitiktų* žmonių netarpišką socialinę situaciją. Aborigenų reikšmės ir malonumai gali tarpti tiktai baltųjų viešpatavimo sąlygomis ir joms priešinantis: jei tekstas neatkuria jėgos, su kuria kovojama, dingsta aktualumas.

Taigi kad taptų populiariąja kultūra, tekstas turi aprėpti ir vyraujančias galias, ir galimybes pasisakyti prieš jas; galimybes priklausomiems, bet ne bejėgiams dalyviams joms pasipriešinti ar jų išvengti. Populiariąją kultūrą žmonės kuria kultūros industrijos gaminio ir kasdienio gyvenimo sandūroje. Populiariąją kultūrą žmonės kuria, ji jiems nėra primetama; ji kyla iš vidaus, iš apačios, bet ne iš viršaus. Populiarioji kultūra – tai menas pasitenkinti tuo, ką tiekia sistema (de Certeau, 1984). Tai, kad sistema tiekia tik kultūros ar materialias prekes, dar nereiškia, kad šių prekių vartojimą galima adekvačiai apibūdinti kaip žmonių pavertimą homogeniška suprekinta mase, pasidavusia industrijos magnatų malonei. Žmonės gali plėšyti ir plėšo džinsus.

Kultūros prekės

Televizija gali būti klasikiniu kultūros industrijos pavyzdžiu. Įmanoma atsekti dvi lygiagrečias pusiau autonomiškas jos prekių (arba tekstų) gamybos ir platinimo ekonomikas, kurias galima vadinti *finansų* (turto apyvartos dviejuose posistemiuose ekonomika) ir *kultūros* (prasmių ir pramogų apyvartos ekonomika). Jas galima sumodeliuoti taip:

	Finansų ekonomika		*Kultūros ekonomika*
	I	II	
Gamintojas	studija gamintoja	programa	auditorija
	↓	↓	↓
Prekė	programa	auditorija	prasmės/pramogos
	↓	↓	↓
Vartotojas	platintojas	reklamuotojas	ji pati (auditorija)

Dvi televizijos ekonomikos

Gamybinės studijos sukuria prekę – programą, ir siekdamos pelno parduoda ją platintojams – transliuotojams ar kabeliniams tinklams. Tai paprasčiausi finansiniai mainai, būdingi bet kokioms prekėms. Tačiau tuo viskas nesibaigia, nes televizijos programa arba kultūros prekė skiriasi nuo tokių materialių gaminių kaip mikrobangų krosnelė ar džinsai. Televizijos programos ekonominė funkcija nesibaigia jos pardavimu, nes vartojimo metu programa tampa gamintoju – ji sukuria auditoriją, kuri parduodama reklamuotojui.

Daugeliui svarbiausia kultūros industrijos prekė yra auditorija, kaip prekė parduodama reklamuotojams. Smythe (1977) įrodinėja, kad kapitalizmo galia išsiplėtė ir apėmė ne tik darbo, bet ir laisvalaikio pasaulį, taigi žiūrėdami televiziją padedame versti žmones preke ir taip pat neabejotinai dirbame prekiniam kapitalizmui, kaip ir darbininkas prie konvejerio linijos. Šis argumentas ir tikslus, ir įžvalgus, tačiau nepranoksta visuomenės ekonominio pagrindo ir aiškina prasmes ar ideologiją tik kaip mechaniškai šio pagrindo determinuotus reiškinius. Džinsų populiarumą jis aiškina tik patvarumo, pigumo, lengvo įgyjamumo, o ne jų kultūrinių prasmių įvairovės požiūriu.

Vartotojų visuomenėje visos prekės, be funkcinės, turi ir kultūrinę vertę. Norėdami tai sumodeliuoti, turime išplėsti ekonomikos idėją taip, kad ji apimtų kultūros ekonomiką, kai į apyvartą leidžiami ne pinigai, o prasmės ir malonumai. Joje auditorija, kuri šiaip jau yra prekė, virsta gamintoja ir kuria prasmes ir malonumus. Pirminė prekė (nesvarbu, televizijos programa ar džinsai) kultūros ekonomikoje tampa tekstu – diskursyvia potencialių prasmių ir pramogų struktūra, kuri sudaro pagrindinį populiariosios kultūros turtą. Šioje ekonomikoje nėra vartotojų, o tiktai prasmių platintojai, nes prasmės yra vienintelis proceso elementas, kurio negalima nei paversti preke, nei suvartoti: prasmes galima sukurti, atgaminti ir skleisti tik vykstant nuolatiniam procesui, kurį vadiname kultūra.

Mes gyvename industrinėje visuomenėje, todėl, savaime suprantama, mūsų populiarioji kultūra yra industrializuota, kaip ir visi kiti ištekliai. Žodžiu „ištekliai“ aš žymiu ir semiotines ar kultūrines, ir daiktines abiejų ekonomikų – finansų ir kultūros – prekes. Galima teigti (tik su nedidelėmis ir nereikšmingomis išimtimis), kad žmonės negali gaminti ir negamina sau daiktinių ar kultūrinių prekių, kaip tai galėjo daryti gentinės ar gimininės visuomenės. Kapitalistinėse visuomenėse nėra vadinamosios autentiškos liaudies kultūros, su kuria būtų galima lyginti masinės kultūros „neautentiškumą“. Taigi dejavimas dėl prarasto autentiškumo yra bevaisė romantiškos nostalgijos apraiška.

Tačiau tai, kad žmonės negali gaminti ir platinti nuosavų prekių, nereiškia, kad populiarioji kultūra neegzistuoja. Kaip sako de Certeau (1984), žmonės turi tenkintis tuo, ką turi, o jie turi kultūros ir kitų pramonės šakų gaminius. Populiariosios kultūros

kūrybiškumas kyla ne tiek iš prekių gamybos, kiek iš vaisingo pramoninių prekių naudojimo. Žmonių menas – tai pasitenkinimo tuo, kas yra, menas. Kasdienio gyvenimo kultūrą sukuria kūrybingas ir išradingas kapitalizmo tiekiamų išteklių naudojimas.

Todėl kultūros prekės, kad būtų populiarios, turi tenkinti gana prieštaringas reikmes. Viena vertus, egzistuoja centralizuojančios ir homogenizuojančios finansų ekonomikos reikmės. Kuo daugiau vartotojų gali pasiekti viena prekė ir kuo dažniau toji prekė gali būti atgaminta tais pačiais kultūros gamybos procesais, tuo didesnis iš jos gaunamas ekonominis pelnas. Todėl ji turi bandyti apeliuoti į tai, kas visiems bendra, neigti socialinius skirtumus. Kapitalistinėse visuomenėse žmones sieja vyraujanti ideologija ir pavaldumo arba galios praradimo patirtis. Taigi kultūros industrijos ekonominės reikmės puikiai dera su esamos socialinės santvarkos drausminiais ir ideologiniais reikalavimais, o visos kultūrinės prekės privalo daugiau ar mažiau palaikyti centralizuojančias, disciplinuojančias, hegemonines, sutelkiančias, suprekinančias (būdvardžiai dauginasi kone be galo) jėgas.

Tačiau šioms jėgoms priešinasi žmonių kultūrinės reikmės, ta nepastovi socialinio lojalumo terpė, kuri neišsitenka individo, klasės, lyties, rasės ar bet kuriose kitose pastoviose socialinės santvarkos kategorijose. Šios visuotinės jėgos transformuoja kultūrinę prekę į kultūros turtą (išteklius), daugina jos siūlomas prasmes ir malonumą, vengia drausminančių pastangų arba joms priešinasi, skaldo homogeniškumą ir darnumą, plėšikauja ir brakonieriauja jos teritorijoje. Visa populiarioji kultūra – tai grumtynės: kova dėl socialinės patirties, asmenybės žmoniškumo, jos santykio su socialine santvarka, tos santvarkos tekstų ir prekių prasmių. Interpretacijos santykiai atgamina ir atnaujina socialinius santykius, todėl galia, pasipriešinimas ir vengimas yra būtini jų struktūros elementai.

Stuartas Hallas (1981: p. 238) teigia:

> *Žmonės prieš valdžios bloką – kaip tik šis prieštaravimas, o ne „klasė prieš klasę" yra centrinė ašis, poliarizuojanti kultūros teritoriją. Ypač ryškus šis supriešinimas populiariojoje kultūroje: liaudies jėgos prieš valdžios bloką.*

Iš to jis daro išvadą, kad populiariosios kultūros tyrimą visada reikia pradėti nuo „dvigubo tramdymo ir pasipriešinimo veiksmo, kuris neišvengiamai nuolat vyksta joje" (p. 228).

Džinsų plėšymas ar balinimas – tai pasipriešinimo taktika; inkorporuodama tai į gamybos sistemą, pramonė vykdo tramdymo strategiją. Tai, kad kultūros ekonomika išlaiko sąlygišką autonomiją finansų ekonomikos atžvilgiu, atveria galimybę prieštaravimo ar vengimo būdu naudoti kultūros prekes. Bandymai panaikinti spragą, sumažinti autonomiją – tolesnė tramdymo ir inkorporavimo strategija. Reklama mėgina kontroliuoti prekių kultūrines prasmes, kuo griežčiau susiedama jas su finansų ekonomikos funkcionavimu. Reklama atkakliai stengiasi suderinti ir socialinius, ir kultūrinius, ir gaminių skirtumus.

Nepaisant beveik dviejų šimtmečių ekonominio (o lyčių ir rasių atžvilgiu dar ilgesnio) viešpatavimo, patriarchaliniam baltųjų kapitalizmui nepavyko suvienodinti savo pavaldinių mąstymo ir kultūros. Mūsų visuomenės užsispyrusios likti skirtingos, ir šią įvairovę nuo daugybės homogenizuojančių strategijų gina liaudies ir kultūros jėgos. Be abejo, kapitalizmui reikia įvairovės, bet ta įvairovė turi būti kontroliuojama, gamybos būdo sąlygota ir jo reikmėmis apribota. Kapitalizmui reikia skirtingų socialinės kontrolės formų ir skirtingų visuomeninių institucijų jam pačiam ir pavaldiniams atgaminti, todėl jis sukuria klasinius skirtumus, taip pat frakcinius ir dalinius skirtumus klasių viduje. Kapitalo savininkai gali išlaikyti savo socialinę padėtį tiktai todėl, kad socialinė santvarka, kurioje jie klesti, sukūrė teisės, politikos, švietimo ir kultūros sistemas, savo veikimo srityse atgaminančias ekonominei sistemai reikalingus socialinius subjektyvumus.

Tačiau socialinė įvairovė viršija kapitalizmo, patriarchato ir rasės dominavimo poreikius. Žinoma, patriarchatas egzistuoja ir tarpsta lyčių skirtumų pagrindu, bet jam nereikia feminizmo, nereikia, kad moterys atsisakytų santuokos ir nuspręstų auginti vaikus be tėvo. Dominuojančiai rasei nereikia juodojo separatizmo, nereikia, kad juodieji vidurinių mokyklų mokiniai atsisakytų baltųjų švietimo sistemos ir savo narių sėkmę joje suvoktų kaip juodosios rasės išdavystę.

Visuomenė – tai struktūra, kurią sudaro sudėtinga skirtumus (klasių, lyčių, rasių, amžiaus ir t. t.) ir galios aspektus reiškiančių ašių konfigūracija. Socialiniai skirtumai neegzistuoja be galios skirtumų, todėl tai, kas yra populiaru (liaudies, žmonių), gali būti apibrėžiama opoziciškumu „vadžios blokui“.

Tai, kas populiaru, galima apibūdinti nurodant takumo savybę. Keisdamas vietą visuomenės sąrangoje, asmuo įvairiu laiku gali būti ištikimas skirtingų, jei nesakysim prieštaringų, socialinių grupių kultūrai. Aš galiu kurti visiškai skirtingus kultūrinio lojalumo ryšius, kad įprasminčiau ir susitvarkyčiau su įvairiomis savo kasdienio gyvenimo sritimis. Pavyzdžiui, kai svarbiausia atrodo amžiaus ašis, mano lojalumas gali prieštarauti ryšiams, sukurtiems kitu metu, kai labiau tiko reikšti priklausomybę lyčiai, klasei ar rasei.

Stebėdami Archie Bunkerį, nepakantų vyrą iš filmo „Šeimos rate“ (*All in the family*), žmonės suteikia šiam charakteriui visiškai skirtingas reikšmes pagal tai, kaip suvokia savo vietą visuomenės sąrangoje, o kartu ir susikurtus kultūrinio lojalumo ryšius. „Jo“ reikšmės gali kisti ir lengvai keičia vietas klasių, amžiaus, lyties ar rasės (jei minėsime tik akivaizdžiausias) ašyse, kai žiūrovai jį naudoja kaip kultūros išteklių, kuris leidžia apsvarstyti jų socialinę patirtį bei reikšmes. Populiariųjų tekstų poliseminis atvirumas būtinas socialiniams skirtumams ir naudojamas šiems skirtumams išlaikyti, jais abejoti ir juos apmąstyti.

Panašiai socialiniams skirtumams reikalingi ir gaminių skirtumai, kurie patys nekurdami socialinių skirtumų gali būti reikalingi juos išlaikant. Reklama stengiasi kuo tiksliau sutapatinti galimus socialinius skirtumus su gaminių skirtumais ir

suteikti pastariesiems galimybę kontroliuoti pirmuosius. Visur esanti reklama ir jai reikalingų išteklių kiekis liudija, kaip smarkiai socialiniai skirtumai viršija ekonominei sistemai reikalingą įvairovę. Tiek daug reklamos atsiranda tik todėl, kad ji niekada ligi galo nepasiekia tikslų: neišlaiko tik kapitalizmo reikmėms būtinų socialinių skirtumų ir nesumažina santykinio kultūros ekonomikos autonomiškumo finansų ekonomikos atžvilgiu, nes nepajėgia kontroliuoti nei to, ką žmonės perka, nei to, kaip pritaiko prekes kultūros reikmėms. Reklamos pramonė, be abejo, sėkmingai įtikina gamintojus ir paskirstytojus pirkti jos paslaugas. Tačiau neaišku, ar jai sekasi įtikinti vartotojus pirkti tam tikras prekes, nes apie 80–90 procentų naujų prekių žlunga nepaisant plačios reklamos. Kitas pavyzdys būtų kino filmai, kurie nesurenka nė tiek lėšų, kad padengtų jų rėmimo ir reklamos išlaidas.

Informacija apie tai, kad 30 sekundžių televizijos reklamos gamyba kainuoja tiek pat, kiek ir 50 minučių laida, per kurią ji leidžiama, gali kelti moralinę paniką, kad reklamos poveikis pasąmonei yra tiesiog proporcingas jos gamybos kainai. Tačiau reklamos agentūros *Collett* ataskaita Londono IBA[3] atskleidė, kad tipinis televizijos žiūrovas nustoja kreipti dėmesį į ekraną, kai tik jame pasirodo reklama. Vaikai, kurie retkarčiais taip pat atidžiai stebi reklamą, nebūtinai tampa bejėgiais vartotojais. Sidnėjaus vaikai 1982 metais pavertė alaus reklamą pornografiniu žaidimo eilėraštuku ir dainuodavo „Smagu dulkintis po vežimu, bet ko trokšti, kai šis nuvažiuoja? Trokštu Tooheys, trokštu Tooheys, trokštu Tooheys bokalų dviejų“[4] (Fiske 1987a). Kiti vaikai, pamatę pro šalį einančią mano studentę trumpu sijonėliu ir aukštakulniais bateliais, pašiepiamai uždainavo „Razzmatazzas, Razzmatazzas[5], koks puikus tas džiazas“; jie panašiai naudojo reklamą savo įžūliems besipriešinančios subkultūros tikslams. Jie toli gražu nebuvo bejėgės pasąmonėje įskiepyto suprekinimo aukos, o sugebėjo net reklaminį tekstą paversti nuosava populiariąja kultūra.

Dvi naujos ataskaitos pakursto mano optimistišką skepticizmą. Viena jų praneša, kad Australijos šeimai kas dieną skiriama vidutiniškai 1100 reklaminių pranešimų. Tarp jų 539 skelbiami laikraščiuose ir žurnaluose, 374 – televizijoje, 99 – radijuje, ir 22 rodomi kino teatruose. Likusieji blyksi kaip iliuminuotos iškabos arba eksponuojami reklaminiuose stenduose, taksi, autobusuose, parduotuvių vitrinose, savitarnos parduotuvių kasose. Tačiau tyrimo išvados rodo,

---

[3] Independent Broadcasting Authority – Didžiosios Britanijos Nepriklausomų transliuotojų administracija (*vert. past.*)

[4] How do you feel when you are having a fuck under a truck, and the truck rolls off? I feel like a Tooheys, I feel like a Tooheys, I feel like a Tooheys or two. (Toohey's – Australijos alaus darykla ir alaus rūšis – *vert. past.*).

[5] Razzmatazz – pėdkelnių rūšis, o ši lengvai įsimenama dainelė skambėjo, kai ilgakojės manekenės demonstravo ryškiaspalvius gaminius (*aut.*).

kad žmonės prisimena tik tris ar keturis skelbimus per dieną (*Daily News*, 1987 m. spalio 15 d.). Kitoje apklausoje buvo tikrinama, kaip žmonės prisimena aštuonis populiarius televizijos reklamų šūkius. Trys šimtai dvidešimties–trisdešimties metų moterų buvo paprašytos susieti reklaminį šūkį su gaminio pavadinimu. Geriausias rezultatas buvo 14 procentų, vidutiniškas – 6 procentai (*West Australian*, 1987 m. lapkričio 2 d.). Nė vienas iš šių tyrimų neliudija, kad egzistuoja baisiai galinga ir manipuliacinė pramonė, kuri galėtų sukelti moralinę paniką.

Žinoma, visa reklama parduoda ne tik tam tikrą prekę, bet apskritai vartojimo idėją; negalima ginčyti jos suprekinimo strategijos, tačiau veiksmingumas kelia abejonių. Per savo amžių kiekvienas mūsų sukaupė vartotojų visuomenėje patirtį, išmoko priešintis suprekinimo jėgoms – reklama tėra viena iš jų, kuri, kaip ir kitos strateginės jėgos, nėra apsaugota nuo griovimo, vengimo ar pasipriešinimo.

Jei tam tikrą prekę reikia padaryti populiariosios kultūros dalimi, ji turi suteikti oportunistiško, lankstaus naudojimo ir interpretacijos galimybių, ir tos galimybės turi būti pripažintos. Jų kūrimo nekontroliuoja finansinės prekės gamintojai – tai priklauso nuo prekės vartotojų visuotinio kūrybingumo kultūros ekonomikoje.

Kasdieninis gyvenimas

Kasdienis žmonių gyvenimas yra ta sfera, kurioje nuolat deramasi ir ginčijamasi dėl prieštaringų kapitalistinės visuomenės interesų. De Certeau (1984) yra vienas giliausių kasdienio gyvenimo kultūros ir praktikos teoretikų, jo veikaluose nuosekliai plėtojamos konflikto metaforų sekos – ypač pabrėžiant strategiją ir taktiką, partizaninį karą, brakonieriavimą, apgaulingas gudrybes ir triukus. Jų visų pagrindas – prielaida, kad galingieji yra nepaslankūs, be vaizduotės ir perdėm organizuoti, o silpnieji yra kūrybingi, miklūs ir lankstūs. Todėl silpnieji naudoja partizaninio karo taktiką prieš galingųjų strategijas, atlieka brakonierišKus išpuolius prieš jų tekstus ar struktūras ir nuolat tyčiojasi iš sistemos.

Galingieji konstruoja „vietas“, kuriose jie gali parodyti savo jėgą – miestus, parduotuvių galerijas, mokyklas, darbo vietas ir namus – išvardinome tik kelias materialiąsias iš jų. Silpnieji šiose vietose kuria savo pačių „erdves“ – laikinai, kol veikia jose, jie padaro jas savomis, užima jas tol, kol jiems reikia, ir tada, kada reikia. Strategija veikia šiose vietose; įsibrovę į jas partizanai, paverčia jas savo erdve – erdvė tampa įsisavinta vieta.

Galingųjų strategija siekia kontroliuoti vietas ir prekes, kurios sudaro kasdienio gyvenimo parametrus. Namo savininkas suteikia būstą, kuriame gyvename,

parduotuvė – jo apstatymą, o kultūros pramonė – tekstus, kuriuos „vartojame“, kai jame ilsimės. Tačiau gyvendami savininko name mes paverčiame jį savo erdve; gyvenimo įpročiai yra ne jo, o mūsų. Panašiai teksto, kuriame mes tą akimirką „gyvename“, interpretavimas yra mūsų, ir tik mūsų vienų. Lefebvre'as (1971: p. 88) mąsto panašiai kaip de Certeau, kai skirtumą tarp prievartos ir prisitaikymo vartoja tam, kad išryškintų opoziciją tarp galingųjų strategijos (prievartos) ir silpnųjų taktikos (prisitaikymo): „Kas prisitaikė prie aplinkybių, tas nugalėjo prievartą... prisitaikymas sugeria prievartą, ją transformuoja ir paverčia norimu gaminiu“.

Tam, ką vadina „kasdienio gyvenimo vargu“ su „jo nuobodžiais darbais ir pažeminimais“, Lefebvre'as priešina „kasdienio gyvenimo jėgą“, tarp kurios apraiškų mini:

> *jos tęstinumą... kūno, laiko, erdvės, troškimų prisitaikymą; aplinką ir namus... kūrimą iš pasikartojančių jutiminės patirties pasaulio gestų; poreikio ir jo patenkinimo (kartais, rečiau, ir malonumo) sutapimą; darbą ir meno kūrinius; galimybę kurti kasdienio gyvenimo sąlygas iš jo pamatų ir erdvių* (p. 35).

De Certeau (1984: p. 18), labiau pabrėždamas liaudies pasipriešinimą, teigia, kad kasdienio gyvenimo kultūros reikia ieškoti „adaptacijose“, arba „primestų sistemų *vartojimo būduose*“, kuriuos jis lygina su „apgavystėmis – apgaulėmis, suktybėmis, kurios padeda pasinaudoti visuomeninių sutarčių sąlygomis arba jas pergudrauti“.

> *Nesuskaičiuojama daugybė būdų žaisti ir žlugdyti kitų žaidimą... apibūdina subtilią ir atkaklią veiklą rezistencijos grupių, kurioms trūksta nuosavos erdvės, todėl tenka prisitaikyti prie jau nustatytų galių bei reprezentacijų tinklo. Liaudžiai tenka pasitenkinti tuo, ką turi. Šiose pasipriešinimo kovotojų gudrybėse yra tam tikro meno koncentruoti ir nukreipti smūgius, pasitenkinimo apeiti varžančios erdvės taisykles... Net manipuliacijų ir malonumų sferoje* (p. 18).

Prasminiai žodžiai, apibūdinantys kasdienio gyvenimo kovos taktiką, yra *prisitaikymas, manipuliavimas, apgaulė*. Kadangi de Certeau labai užtikrintai pareiškia, kad „liaudžiai tenka pasitenkinti tuo, ką turi“, tai kasdienis gyvenimas ir yra pasitenkinimo menas.

Coheno ir Tayloro (1976) pesimistiškesnius apibendrinimus apie kasdienio gyvenimo pasipriešinimus ir vengimus galima sieti su jų kilme – ilgam laikui nuteistų kalinių tyrimais. Kaip tinka geriems marksistams, jie iš pradžių mėgino nusikaltėlių elgesį aiškinti kaip radikalaus pasipriešinimo buržuaziniam kapitalizmui būdą. Bet patiems kaliniams „labiau rūpėjo... išgyvenimo pasaulyje, o ne

radikalaus konfrontavimo su juo būdai" (12 p.). Cohenas ir Tayloras pradėjo abejoti dėl to, kuris klausimas svarbesnis: ar kaip pakeisti pasaulį, ar „kokiais būdais žmogus turi priešintis arba paklusti reikalavimams, kad gyvenimas taptų pakenčiamas, kad išsaugotum bent kokį tapatybės jausmą" (p. 13). Jų veikale aprašomi pasipriešinimo, o ypač vengimo atvejai; iš to kilo net knygos pavadinimas: „Bandymai pabėgti" (*Escape Attempts*): anot jų, valdiniams nesuteikiamos galios daryti išpuolius prieš sistemą naudojant jos teikiamus išteklius puolimui ar atsitraukimui. Ryškiausias de Certeau indėlis (palyginti su Lefebre'o ar Coheno ir Tayloro) tai, kad jis pabrėžia priklausomųjų galias ir nurodo šių galių pažeidžiamas sistemos vietas.

Vėlyvojo kapitalizmo suprekintoje visuomenėje kiekvienas tampa vartotoju. Vartojimas yra vienintelis būdas įgyti gyvenimui reikalingų išteklių – ar jie būtų materialiai funkcionalūs (maistas, drabužiai, transportas), ar semiotiniai kultūriniai. Savaime suprantama, skirtumas tarp šių išteklių daromas vien analizės patogumui – visi materialūs funkciniai ištekliai susilieja su semiotiniais kultūriniais. Automobilis nėra vien transporto priemonė, bet ir kalbos veiksmas; maisto gaminimas nėra vien valgio ruošimas, bet ir komunikacijos būdas. Visos vėlyvojo kapitalizmo prekės yra „gėrybės, kuriomis galima kalbėti", jei perfrazuosime Lévy-Strausso posakį. Jų kalbėjimo potencialo neveikia ekonomika, todėl neverta daryti skirtumo tarp to, kas apmokama tiesiogiai (drabužiai, maistas, baldai, knygos), iš netiesioginių išlaidų (televizijos, radijo), ir to, kas atrodytų „nemokama" (kalba, gestai). Mūsų visuomenėje kalbiniai ištekliai paskirstyti nė kiek ne tolygiau negu ekonominės gėrybės. Prasmės, kurias išsakome savo kūnais, yra lygiai tiek pat valdomos ir paskirstomos per socialinių galių tarpininkus, kaip ir per televiziją ar katalogus, iš kurių renkamės savo būstų apstatymą.

Platinamos ne užbaigtos, gatavos gėrybės, o kasdienio gyvenimo ištekliai, žaliava, iš kurios susidaro populiarioji kultūra. Kiekvienas vartojimo veiksmas yra kultūrinės kūrybos veiksmas, nes vartojimas visada yra ir prasmės kūrimas. Pardavimo taške baigiasi prekės vaidmuo skirstomojoje ekonomikoje, bet ji pradeda veikti kultūriškai. Atplėšta nuo kapitalizmo strategijų, užbaigusi savo tarnavimą bosams, ji tampa kasdienio gyvenimo kultūros dalimi.

Vartojimo produktyvumas nesiejamas su turtais ar klase. Dažnai neturtingieji tampa visų produktyviausiais vartotojais – bedarbis jaunimas, įžūliai demonstruodamas prekes (aprangą, makijažą, šukuoseną), save perdirba į gatvių meno kūrinius, kuriems kaina neturi įtakos. Nei prekės kaina, nei įmanomų įsigyti prekių kiekis nelemia jų vartojimo produktyvumo.

Vartojimas yra taktinis išpuolis prieš sistemą. Kaip sako de Certeau (1984: p. 31):

> *Tikrovėje racionalizuota, ekspansionistinė, centralizuota, impozantiška ir rėksminga gamyba susiduria su visiškai kito pobūdžio gamyba, vadinama vartojimu, kuriai būdingos gudrybės, fragmentacija (aplinkybių*

pasekmės), brakonieriavimas, pogrindinė prigimtis, nenuilstama, bet tyli veikla, trumpai sakant, tariamas nematomumas, nes ji pasireiškia ne savo pačios sukurtais produktais (kur ji juos dėtų?), o menu naudoti tuos produktus, kurie jai primetami.

Šias taktinio vartojimo prekes sunku tyrinėti – jos neturi vietos, o tik savo būties momentų erdves; jos išblaškytos, pasklidę visoje mūsų televizuotoje, urbanizuotoje, biurokratizuotoje patirtyje. Jos susilieja su aplinka, maskuojasi kad netrauktų dėmesio, lengvai išnyksta jas „kolonizuojančioje organizacijoje" (de Certeau, 1984: p. 31). Vietkongo partizanas tampa nekaltu kaimiečiu, paklusniu valstybės įstatymų vykdytoju; moksleivė, rūkiusi tualetuose ar braižiusi savo inicialus mokyklos suole, gauna brandos atestatą kaip įrodymą, jog priklauso sistemai; televizijos žiūrovas, susikuriantis skandalingas, opozicines prasmes, vis viena apskaitomas ir parduodamas reklamos davėjams – jo opoziciniai veiksmai gudriai prisiderina prie komercinės aplinkos.

Bet ne visi šie taktiniai manevrai yra nematomi, nematerialūs. Partizanai gal ir negali kaupti savo laimėjimų, tačiau jų darbas – išlaikyti savo partizanų statusą. Jų manevrai – tai senovinis menas „apsieiti", menas konstruoti *savo* erdvę *jų* vietoje ir *prieš juos*, menas išreikšti *savo* prasmes *jų* kalba. De Certeau (1984: p. 30) pateikia tokio modelio pavyzdį:

Taip Šiaurės Afrikos gyventojas Paryžiuje arba Rubė (Prancūzija) prasiskverbia į pigių blokinių namų arba prancūzų kalbos jam primestą sistemą, „apsigyvendamas" (bute arba kalboje) specifiniu jo gimtajai Kabilijai būdu. Jis juos sukryžmina ir taip kombinuodamas sukuria savo erdvę, kurioje gali rasti būdus naudoti varžančią vietos arba kalbos tvarką. Nepalikdamas vietos, kurioje jam nelieka nieko kita, kaip tik gyventi, vietos, kuri nustato jam savo įstatymus, jis įsikuria joje su tam tikru daugiareikšmiškumu ir kūrybingumu. Pasinaudodamas menu būti per vidurį, jis iš savo padėties išgauna netikėtų padarinių.

„Menas būti per vidurį" yra populiariosios kultūros menas. *Jų* produktų naudojimas *mūsų* tikslams yra menas būti per vidurį tarp gamybos ir vartojimo, kalbėjimas yra menas būti per vidurį tarp *jų* kalbos sistemos ir *mūsų* materialios patirties, virimas yra menas būti per vidurį tarp *jų* prekybos centro ir unikalaus *mūsų* patiekalo.

Vartotojo negalima identifikuoti arba jam įsiteikti... komercinėmis prekėmis, kurias jis asimiliuoja: tarp asmens (kuris jas naudoja) ir šių prekių (žyminčių jam primetamą „tvarką") yra įvairaus dydžio plyšys, kurį atveria individualūs tų prekių naudojimo būdai (de Certeau, 1984: p. 32).

Lefebvre'as (1971: p. 31–32) savo ankstesnėje ir ne tokioje optimistiškoje (kaip de Certeau) kasdienio gyvenimo apžvalgoje taip pat pabrėžia, kad tokio gyvenimo kultūroje išnyksta skirtumas tarp gamybos ir vartojimo:

> *Kultūra taip pat yra praxis (praktika) arba priemonės paskleisti išteklius visuomenėje, o drauge nukreipti produkcijos srautą; ji, plačiausiąja prasme, yra gamybos priemonė,... tuomet gamybos sąvoka įgauna giliausią reikšmę: žmogiškoji būtybė gamina savo pačios [sic] būtį... Iš to išeina, kad, pirma, kultūra nėra bevertė ar paprasčiausia gyvybingumo pertekliaus išraiška, o specifinė veikla, neatskiriama nuo egzistencijos būdo; o antra, kad klasiniai interesai (struktūriškai susieti su gamybiniais ir nuosavybės santykiais) negali patys vieni užtikrinti visuomenės operatyviosios būties visumos.*

Nors pabrėždamas „kontroliuojamo vartojimo biurokratiškos visuomenės" (p. 68) galią vadovauti mūsų socialiniam ir vidiniam gyvenimui – šį procesą Lefebvre'as vadina „kibernetizacija" – jis daro išvadą, kad galiausiai

> *vartotojas, ypač moteriškosios giminės, nepaklūsta kibernetiniams procesams... Todėl galiausiai kontroliuojamas ne vartotojas, o jam skirta informacija tai galbūt gali riboti kibernetinį racionalumą ir kasdienio gyvenimo programavimą* (p. 67).

Todėl kasdienio gyvenimo analizės ir jo teorijos pagrindas yra ne prekės, ne jų paskirstymo sistema ir ne informacija vartotojams, o konkretūs ypatingi būdai, kaip tie gaminiai vartojami, individualūs vartojimo – gamybos veiksmai, iš prekių gimstančios kūrybiškumo apraiškos. Tai ne kalbos sistemos, o šnekos tyrimai. Šneka – tai būdas, kuriuo kalbėtojas perpranta kalbos sistemą, konkrečiai realizuodamas tą jos potencialo dalį, kuri jam ar jai tinka. Šneka – tai kalbos sistemos įterpimas į unikalų socialinių santykių momentą, ji egzistuoja tik esamuoju momentu ir sukuria kalbos erdvę, kuri gyvuoja tiek, kiek trunka kalbos veiksmas. Lingvistinės sistemos ir to, kaip šneka „kalbina" savo subjektus, aprašymai negali paaiškinti konkrečios jos vartojimo specifikos; šnekos studijos tiria kiekvieno vartojimo konteksto specifiką, nes būtent čia materializuojasi plyšys tarp sistemos ir vartotojo.

Jaunimas – patys geriausi prekybos galerijų partizanai. Mike'as Pressdee's (1986) sukūrė taiklų „proletariškojo pirkimo" terminą, skirtą aprašyti jaunų bedarbių veiksmams Australijos prekybos galerijose (žr. *Reading Popular Culture*, 2 skyrių). Neturėdami pinigų, bet turėdami daug laisvo laiko, jie vartojo vietą ir vaizdus, o ne prekes. Prekybos galerijos vietą jie pavertė savo erdve, kurioje išreiškė opozicinę kultūrą, išlaikydami ir patvirtindami savo socialinius skirtumus ir subordinuotas, bet priešiškas tapatybes. Jie būriuodavosi prie krautuvėlių vitrinų, kliudydami visateisiams vartotojams pamatyti, kas parduodama, ar įeiti vidun; jie

jautė malonumą trikdyti strategiją ir provokuoti priešą – savininką, kad išlįstų ir konfrontuotų su jais arba pakviestų apsaugą, kuri juos paragintų išsinešdinti. Būtent ši apsaugos tarnyba ir buvo matomas strateginis veiksnys, kurio galia prašyte prašydavosi išpuolių ir provokacijų. Prekybos centre gerti alkoholinius gėrimus draudžiama, todėl jaunuoliai jų prisipildavo į mineralinio vandens butelius ir, užėmę poilsio vietas, skirtas visateisiams vartotojams, gerdavo spiritinius gėrimus tiesiog apsaugos akivaizdoje. Apsauginiai, žinoma, suprato, kas vyksta, ir darydavo netikėtus išpuolius į „partizanų" užimtas teritorijas vien tam, kad išsiaiškintų, jog neblaivų vaidinantis jaunuolis iš tiesų geria mineralinį vandenį, – galios atstovai leisdavosi apgaulingai sumaustomi. De Certeau nurodo „juokdario" ar „šaunios apgaulės" svarbą visoje valstiečių kultūros istorijoje; apgaulė yra silpnųjų menas, kaip ir sukčiavimas lošiant kortomis – akimirksnio pergalė, mažutis triumfas, kylantis iš pasitenkinimo prieinamais ištekliais, rodantis, kad galingųjų taisyklės ir jų galia perprastos. Šis nuolatinis apgaudinėjimas, de Certeau nuomone, ir yra populiariosios kultūros šerdis:

> *Būtent egzistuojančią tvarką „populiarioji" taktika panaudoja savo tikslams, neturėdama jokių iliuzijų, kad tvarka artimiausiu metu pasikeis. Nors visose kitose srityse ją eksploatuoja dominuojanti galia arba ji paprasčiausiai neigiama ideologiniame diskurse, šioje sferoje tvarką „apgauna" menas. Tuo būdu į instituciją, kuriai privalu tarnauti, nepastebimai prakišama socialinių mainų stilistika, technikos patobulinimai ir moralinis pasipriešinimas, tai yra „dovanojimų" ekonomika (malonės, už kurias tikimasi gauti atlyginimą), „triukų" estetika (meniška veikla) ir atkaklumo etika (nesuskaičiuojami būdai, kuriais atsisakoma nusistovėjusiai tvarkai pripažinti įstatymo, prasmės ar fatališkumo statusą)* (p. 26).

Vagystės iš parduotuvių yra kita nuolatinio apgaudinėjimo ir atkaklių varžybų sritis. Prieinamas ir gundantis prekių išdėstymas – akivaizdi galios strategija, tačiau tam, kad parodytų galią, armija turi išeiti iš savo tvirtovės į partizanų teritoriją. Prekės „nušvilpiamos" dėl įvairių priežasčių, nuo patologinių iki materialinių ekonominių, bet tarp visų jų yra ir taktinės priežastys – malonumas stebėti strategijos silpnybes ir naudotis jomis, o kartais dar labiau sutrikdyti tvarką, mėginant grąžinti pavogtas prekes ir reikalauti už jas pinigų, nes jos esą pasirodė netinkamos. Katzo (1988) nusikaltimų patrauklumo tyrimas gal pasirodys labiau individualistiškas ir moralizuojantis, negu to norėtų de Certeau, tačiau jis atskleidžia tokios (nelegalios) taktikos malonumus. Katzas aprašo vagių mėgėjų „pasitenkinimą pažeidžiant tvarką", o kalbėdamas apie viduriniosios klasės paauglius įrodinėja, kad jų vagystes iš parduotuvių skatina ne ekonominiai poreikiai, o aštrių pojūčių, kurių nepatiria nuobodžiame ir disciplinuotame kasdieniame gyvenime, troškimas. Vagystės iš parduotuvių – partizaniškas išpuolis ne prieš parduotuvių

savininkus, o prieš visą galių bloką. Parduotuvių savininkai tėra galių sąjunginiukų – tėvų, mokytojų, apsauginių, teisinės sistemos ir visų kitų socialinės disciplinos ar priespaudos veikėjų – įkūnijimas.

Toks pat nelegalus veiksmas kaip vagystė yra etiketės su kaina perkėlimas nuo pigesnės prie brangesnės prekės prieš mokant kasoje, ir parduotuvėse tai laikoma ne menkesniu nusikaltimu nei vagystė. Tačiau pasvarstykime, kiek tokie veiksmai skiriasi nuo teisėtos „gudrybės" dviejų sekretorių, kurios visą pietums skirtą valandą praleidžia naršydamos po krautuves, nors visai neketina ką nors pirkti. Jos matuojasi drabužius, vartoja pasivogtus įvaizdžius parduotuvės veidrodžiuose ir viena prieš kitą. Prašmatnaus salono vietą jos paverčia savo pietų pertraukos erdve ir vykdo taktinius išpuolius prieš strategiškai išdėstytas drabužių, batų ir aksesuarų lentynas. Prabangių salonų savininkai pažįsta šią taktiką, tačiau yra bejėgiai prieš ją: kažkas paskaičiavo, kad viena iš trisdešimties naršytojų galiausiai tampa pirkėja. Ir jokiu būdu nenuspėsi, kuri. JAV kariai negalėjo atskirti Vietkongo partizanų nuo nekaltų kaimiečių, nes kitu laiku ir kitoje erdvėje vienas pavirsdavo kitu bet kuriuo nenuspėjamu akimirksniu. Naršytojos tampa vartotojomis tik tada ir tik jeigu jos panori; daugelis to nepadaro niekada, tačiau pasivagia įvaizdį ir stilių, kuriuos vėliau namuose atgamins iš savo praeitų metų drabužių, iš praėjusio mėnesio mados. Galima tik klausti savęs, kiek toks „naršymas", toks „proletariškas apsipirkimas" skiriasi nuo tarnautojo elgesio aprūpinant savo vaiką mokyklai rašikliais ir liniuotėmis kontoros sąskaita ar darbo metu kopijuojant savo namų bendrijos posėdžio protokolą. Kiek vagystė iš parduotuvės skiriasi nuo profesorės prašymo, kad universiteto technikas pavalytų vaizdo magnetofono galvutes jos namuose? Nors ir abejojant, tokie veiksmai gali būti teisiškai vertinami. Populiariosios kultūros požiūriu jie visi yra apgaulinga taktika, kasdienis silpnųjų menas. Eco (1986: p. 174) pasakoja, kaip Jeilio studentas skambina savo draugei į Romą „veltui", pasinaudodamas tarptautinės korporacijos kredito kortele: „Tai nėra vienkartinis taupymas, – paaiškino studentas, – tai yra galimybė išdulkinti korporacijas, kurios remia Pinochetą ir visos yra fašistinės". Eco tęsia pasakojimą įrodydamas, kad, nors paradoksalu, bet kuo didesnės ir sudėtingesnės tampa sistemos, tuo lengviau jas apgauti ir tuo daugiau žalos tokios apgaulės gali pridaryti. Apgavikas, be leidimo naudojantis kompiuterine sistema, įgyja milžinišką galią. Bet tokios apgaulės tik technologinėmis įmantrybėmis skiriasi nuo pavyzdinio de Certeau (1984: p. 25) aprašyto „la perruque", peruko, atvejo:

> La perruque *yra darbai, kuriuos darbuotojas atlieka sau, apsimesdamas, kad užsiėmęs darbdavio reikalais. Jie skiriasi nuo smulkaus vagiliavimo tuo, kad negrobiamos jokios materialinės vertybės. Jie skiriasi nuo pravaikštų tuo, kad darbuotojas formaliai yra darbo vietoje.* La perruque *gali būti toks paprastutis, kaip sekretorės parašytas meilės laiškelis „kompanijai skirtu" laiku arba toks sudėtingas, kaip baldžiaus „pasiskolintos" tekinimo*

staklės, kad pasigamintų baldą savo svetainei. Būtent ten, kur absoliučiai viešpatauja mechanizmas, kuriam privalo tarnauti, žmogus išmoningai randa malonumą regzdamas būdus, kaip veltui sukurti produktus, turinčius vienintelę paskirtį – ženklinti savo galimybes savo paties darbe *ir patvirtinti solidarumą su kitais darbininkais arba su savo šeima* leidžiant *laiką šiuo būdu. Sudaręs sąmokslą su kitais darbininkais (kurie tokiu būdu nugali konkurenciją, kurią fabrikas siekia skleisti tarp jų), jis įstengia „laimėti vienas – nulis" prieš nustatytą tvarką jos pačios aikštėje. Nors tai anaiptol nėra grįžimas į amatininkų ir individualaus darbo gamybos būdą,* la perruque *naujai įdiegia „populiariąsias" iš praėjusių laikų ir iš kitų vietų atėjusias priemones į industrinę erdvę (tai yra į esamą tvarką).*

Prekybos galerijų vieta paverčiama aibe erdvių, kurias laikinai kontroliuoja silpnieji. Paaugliai ją naudoja kaip savo asmeninę erdvę susitikti, slaptai pasimatyti, demonstruoti ir vartoti madas; parduotuvės yra neišsemiamas įvaizdžių išteklių bankas, kurį galima paversti savo asmeniniu stiliumi, savo individualia šneka. Motinos ir vaikai ar pagyvenę žmonės vartoja prekybos galerijų šildymo arba šaldymo įrangą, kai lauke ypač blogas oras. Žiemą prekybos galerijos daugeliui tampa pratybų aikštelėmis: kai kuriose galerijose kabinami skelbimai, sveikinantys „galerijų apeivius"; kitose pratybų zonos išdėstomos palei „apėjimo" trasas – taip apeiviai gali geriau pasinaudoti ištekliais, daugiau išsunkti iš sistemos net su jos pačios žinia. Kiek ir kurie iš šių „pokštaujančių" apeivių tampa vartotojais, niekas nežino. Kolonizuojanti galia niekaip negali apsispręsti, ar ji užleido teritoriją partizanams, ar suvaržė jų veiklą. Tačiau vadinti tai suvaržymu galima tik strategiškai, neatsižvelgiant į daugybę taktinių reidų, kurių nesugebėta išvengti.

Galerijų vieta strategiškai suplanuota prekybai: traukos centru tampa didelis prekybos centras ir (arba) universalinė parduotuvė, kur parduodami būtini dalykai, o aplink juos – begalė specializuotų parduotuvių, kuriose prekiaujama prabangos dalykais, spontaniškai perkamomis prekėmis ar kitais kasdieniškesnio vartojimo daiktais – vaistais, marškutėmis. Tarp jų įsiterpia laisvalaikio įstaigos, kirpėjai, kelionių agentai, kino teatrai ir kavinės ar valgyklos – nuo užkandinių ligi greitojo maisto restoranų. Aplink ir viduje išdėstytos atviros erdvės, poilsio zonos, telefonai, bankomatai, fontanai, žalumynai. O strategiškai patogiu metu čia siūlomos pramogos ir vaidinimai, madų demonstravimas, vietos mokinių šokių ansamblių ar chorų pasirodymai, fokusininkų seansai, televizijos žaidimų šou variantai ar susitikimai su garsenybėmis.

Akivaizdu, kad planuojamų renginių vieta ir laikas yra komercijos strategijos dalis, tačiau čia slypi didžiulis paradoksas – galia sugeba pasiekti savo tikslus tik atidengdama puolančiajam savo silpniausias vietas; tik atskleisdama partizanams savo pažeidžiamumą okupuojanti armija gali, kad ir sunkiai, išlaikyti teritoriją. Todėl komercijos strateginė vieta tramdo organizuojančiąją strategiją: ji priversta sutikti,

kad populiariosios vartosenos nepripažins numatyto strateginio plano, tad vieta tampa beformė ir atvira. Žmonės ja naudojasi taip, kaip nori. Viliodamas vartotojus, vilioji ir apgavikus; skatindamas vartojimą, skatini apgavystes, vagystes, *la perruque*.

De Certeau (1984: p. 40) teigia, kad jau pati mūsų gyvenamojo meto biurokratinės komercinės sistemos sėkmė paradoksaliai sukūrė savo pačios nuvertimo priemones; pati jos egzistencija dabar priklauso nuo plyšių ir silpnybių, darančių ją pažeidžiamą dėl populiariųjų veiksmų įsiveržimo:

> *Bet kuriuo atveju taip pat atrodo, jog šiuolaikinės istorijos mastu technokratinio racionalumo įsigalėjimas ir ekspansija sukėlė sistemos grandžių pertrūkius ir staigų plitimą tokių sprendimų, kuriuos anksčiau reguliavo stabilūs vietiniai vienetai. Taktiniai sprendimai vis dažniau išsimuša iš vėžių. Atitrūkę nuo tradicinių bendruomenių, kurios apibrėždavo jų veikimą, jie ėmė klajoti po visą erdvę, kuri tuo pat metu tampa ir vienalytiškesnė, ir platesnė. Vartotojai paverčiami imigrantais. Sistema, po kurią jie klajoja, yra perdaug plati, kad jie įsitvirtintų vienoje vietoje, tačiau ir pernelyg varžanti, kad jie kada nors galėtų išsiveržti ir pasitraukti į tremtį kur nors kitur. „Kitur" nebeliko. Todėl ir „strateginis" modelis transformavosi, lyg būtų nugalėtas savo sėkmės.*

Jamesonas (1984), aptardamas Portmano suprojektuotą „Bonaventure" viešbutį Los Andžele, pastebi, kad jame erdvė dezorganizuojama taip, kad atrodytų anarchiška – ji visiškai nesugebėjo primesti kokios nors tvarkos sau pačiai ar vartotojui prekybos galerijose. Ši organizacinė nesėkmė rodo, kad žmogaus kūno gebėjimas „perceptualiai organizuoti savo artimiausią aplinką ir kognityviai nustatyti savo poziciją apžvelgiamame išoriniame pasaulyje" yra perdėtas ir, manyčiau, atitinka daiktų tvarkos nesugebėjimą organizuoti individo vietą. Toliau Jamesonas teigia, kad

> *šis bauginantis kūno atsiejimas nuo savo sukurtos aplinkos... ir gali simbolizuoti bei reikšti aštresnę dilemą – tai yra mūsų proto nesugebėjimas... aprėpti didžiulį, globalųjį daugiatautį ir decentralizuotą komunikacinį tinklą, kuriame esame atsidūrę kaip individualūs subjektai* (p. 83–84)[6].

Jamesono teiginiu, jog „naujasis decentralizuotas globalus trečiojo kapitalo etapo centras" yra „galių ir kontrolės centras", kurį ypač „sunku suvokti mūsų protui ir vaizduotei" (p. 80), daroma prielaida, kad to centro galia determinuoti mūsų subjektyvumus yra taip išsklaidyta, kad ja galima ir suabejoti. Tikrovėje galia gali būti tiek nutolusi, kad nenustato jokios tvarkos, bet sukuria fragmentišką

[6] Jameson, F. Kultūros posūkis. Vilnius: Lietuvos rašytojų sąjungos leidykla, 2002, p. 31. *Vert. A. Mardosaitė.*

postmodernistinį subjektą. Kaip nurodė Eco, kuo didesnė sistema, tuo lengviau ją apgauti ir tuo prasčiau ji kontroliuoja judančius joje.

Ankstyvojo kapitalizmo struktūros buvo akivaizdžios, jos galių institucijos lengvai suvokiamos. Kai fabriko savininkas gyvendavo dvare ant kalvos, o darbininkai – sujungtų namukų eilėse fabriko ar šachtos vartų šešėlyje gaubiami dūmų, kiekvienas suprato sistemą, kuri nustatė, kur jis ar ji dirbs ir gyvens. Sistema buvo tiek pat matoma, kiek ir jos neteisybės; jos galios buvo apnuogintos. Perėjimas prie korporatyvaus kapitalizmo buvo posūkis nematomumo link: sistema tapo abstraktesnė, labiau nutolusi nuo kasdienio gyvenimo patirties ir drauge mažiau apčiuopiama. Kai vėlyvasis kapitalizmas perėjo prie tarpnacionalinių korporacijų, peržengiančių tautų ir valstybių ribas, sistema atitolo, nusišalino ir tapo nepastebima tiek, kad jos galios kontroliuoti ir organizuoti kasdienį gyvenimą sumažėjo, kad ir kaip būtų paradoksalu. Todėl postmodernistinė „Bonaventure" vieta yra netvarka – fragmentuotų, pereinamų, netolydžių kiekvieno jos vartotojo erdvių dezorganizacija. Sistemos, kuri stato ir valdo prekybos galerijas, tvarka nuolat rizikuoja virsti netvarka tų, kurie jomis naudojasi, – taip niekad neatsitikdavo mažoje kaimyninėje užkandinėje.

Populiarumo apibrėžimas

Populiarioji dominuojanti kultūra neegzistuoja, nes ši kultūra visados formuojasi kaip atsakas į dominuojančias jėgas ir niekada netampa jų sudedamąja dalimi. Tai nereiškia, kad dominuojančių socialinių grupių nariai negali dalyvauti populiariojoje kultūroje – jie gali ir tai daro. Bet tokiu atveju jie turi atsisakyti ištikimybės tiems, kurie jiems suteikė socialinę galią. Verslininkas, kuris savo privačioje ložėje priima svečius per futbolo rungtynes, populiariojoje kultūroje nedalyvauja; tačiau tas pats žmogus, nusivilkęs oficialų kostiumą ir karštai palaikantis vietos komandą iš pigiausios stadiono tribūnos, gali tai daryti. Vis dėlto tam, kad dalyvautų populiariojoje kultūroje, jis turi pasitelkti kitą socialinės priklausomybės sistemą – galbūt tą, kuri susiformavo jaunystėje žaidžiant su kaimynų vaikais. Jo skoniai ir kultūriniai poreikiai yra ne individualūs, o socialūs; kaip socialinis veikėjas jis gali tam tikru mastu kontroliuoti savo kuriamas priklausomybes, bet ne jas ribojančią socialinę tvarką.

Taip pat ir masinės kultūros tekstų populiarioji interpretacija nėra vienoda. Daugiaserijinį filmą „Dalasas" *populiariai* galima interpretuoti kaip kapitalizmo ar patriarchato kritiką (žinome, kad kartais taip ir yra), tačiau tai nereiškia, kad visi jo interpretatoriai žiūrėdami nuolat atranda populiariąsias prasmes ir malonumus. Visiškai įmanoma teoriškai ir tikėtina praktiškai, kad kai kurie

žiūrovai filmą iškoduoja dominuojančia prasme ir jaučia malonumą lygiuodamiesi į kapitalistines, suprekinimo, lyčių nelygiavertiškumo ir rasistines vertybes, kurios šioje programoje yra tokios pat ryškios, kaip ir ją gaminančioje bei platinančioje visuomenėje. Tai, kad „Dalaso" žiūrovų etnografiniuose tyrimuose tokių idealiai pozicionuotų žmonių neatsirado, gali būti ir pačių tyrėjų ideologinių nuostatų siaurumo rezultatas, nes jie sutelkė dėmesį į nekonformistinę auditoriją (tiesa, ne be išimčių). Ango (1985) tyrimo žiūrovai iš tiesų buvo pasisiūlę serialo gerbėjai, todėl jų interpretacijas būtų galima laikyti būdingomis nuolatinių žiūrovų auditorijai, tačiau jie buvo ne amerikiečiai, o olandai, tad interpretavo „Dalasą" socialinėmis sąlygomis, gerokai skirtingomis nuo tų, kuriomis jis buvo kuriamas. Bet net jei yra interpretacijų, nesugebančių perprasti serialo prieštaravimų – tai yra sutinkančių su jo hegemonistine strategija, – tai jos nėra populiariosios kultūros dalis, nes pritaria galių bloko interesams, prieš kuriuos įvairiai išsidėsto liaudies struktūros (Hall, 1981).

Norint suprasti šią galių sąveiką nuolatinėje galių bloko ir liaudies kovoje, svarbu vengti prasmių sureikšminimo ir jų ištraukimo iš kultūriškai bei istoriškai sąlygotų kūrimo momentų konteksto. Ango olandai, „Dalaso" daugiaserijinio filmo gerbėjai, gal ir pajuto didžiulį pasitenkinimą stebėdami turčių grietinėlės gyvenimą, bet šio „malonumo" prasmė Olandijoje bus visiškai skirtinga nuo to išoriškai panašaus malonumo, kurį patirs amerikietis jupis[7]. Filmo amerikietiškumas Olandijoje gali turėti tokias pasipriešinimo reikšmes, kokių jis neturi Jungtinėse Valstijose. Amerikos populiariosios kultūros prekių amerikietiškumas kitose šalyse dažnai leidžia išreikšti opoziciją jų visuomenėse dominuojančioms jėgoms. Interpretacija, kaip ir pats tekstas, pati savaime negali būti rezistentiška ar konformistiška. Teksto politinę reikšmę nustato tik tai, kaip jį panaudoja socialiai apibrėžtoje padėtyje esantis skaitytojas.

Todėl kritiko analitiko vaidmuo negali ribotis tikrųjų ar slaptųjų teksto reikšmių atskleidimu arba net susekimu prasmių, kurias žmonės jam suteikia; jo vaidmuo – atskleisti galių žaismą socialinėje formacijoje, tokį žaidimą galia, kuriame visi tekstai yra implikuojami, o populiarioji kultūra visados yra pavaldžiųjų pusėje.

Jei nebūtina sureikšminti interpretacijos, tai tuo labiau nereikia jos tiesiogiai lyginti su interpretatoriumi. Interpretacija yra taktikos ir strategijos sąveika, tai – brakonieriškas išpuolis, dalis kultūros galių žaidimo; interpretatorius – teritorija, kurioje tas žaidimas vyksta. Populiariosios interpretacijos visada yra prieštaringos; jos privalo apimti ir tai, kam turi būti pasipriešinta, ir neatidėliotinus pasipriešinimo būdus. Būtent todėl populiarioji kultūra yra tokia slidi sąvoka: jos neįmanoma griežtai lokalizuoti susiejant su tekstais ar jų skaitytojais. Pavyzdžiui,

[7] Jupis (menk.) – jaunas verslininkas, finansininkas ir pan., sėkmingai darantis karjerą (*vert. past.*).

atkreipę dėmesį į darbininkų klasei priklausančias ispanų kilmės moteris negalime garantuoti, kad tarp jų rasime populiariąją kultūrą. Kultūrinės galios ir socialinės kategorijos ne visada taip tiksliai sutampa. Tačiau jos susipina, ir galime iš anksto spėti, kad veikiančių populiariųjų galių daugiau rasime Brukline negu Volstryte. Vis dėlto tiek pat privalome tikėtis, kad sutiksime daugybę atvejų, kai valdomieji bendradarbiauja su galingųjų strategijomis ir, atvirkščiai, kai dominuojančių klasių atstovai kuria populiariąsias prasmes ir malonumus, oponuojančius dominuojančioms galioms. Tas pats žmogus skirtingais momentais gali nusilenkti hegemonijai arba jai priešintis, nes jis ar ji gali pertvarkyti savo socialinių priklausomybių nuostatas. Daugumą laiko pasipriešinimo kovotojai gyvena kaip įstatymus gerbiantys piliečiai; jų pasipriešinimo aktai yra pasirinktinai sporadiški, juos lemia situacijos ir dominuojančios strategijos suteiktų galimybių mišinys. Populiariąją kultūrą galima atrasti susietą su jos tekstais ar skaitytojais, o su praktiniais veiksmais; tiesa, šie veiksmai dažnai būna aktyviausi teksto ir skaitytojo tarpusavio sąveikos metu.

Taigi „populiarumą“ lemia dominuojančios galios tiek, kiek jis visados formuojasi kaip reakcija į tas galias; tačiau dominuojančios galios negali absoliučiai kontroliuoti prasmių ir socialinių priklausomybių, kurias žmonės gali susikonstruoti. Žmonės nėra bejėgiai neatremiamos ideologinės sistemos subjektai, bet jie nėra ir laisvos valios, biologiškai determinuoti individai; jie yra slanki socialinių priklausomybių aibė, formuojama socialinių veiksnių socialinėje teritorijoje, kuri žmonėms priklauso vien dėl nuolatinio atsisakymo užleisti ją galingųjų imperializmui. Bet kuri silpnųjų atkovota erdvė yra sunkiai įgyta ir sunkiai išsaugoma, tačiau ji *yra* iškovota ir *yra* išlaikoma.

Populiarioji kultūra kuriama subordinacijos sąlygomis. Didelės apimties Bourdieu (1984) veikalą „Pranašumas“[8] aš dažnai minėsiu, nes jis yra išsamiausias socialinių klasių ir kultūros tarpusavio santykių tyrimas. Jo pateikiamas šiuolaikinėje Prancūzijoje funkcionuojančių buržuazinės ir proletarinės kultūrų aprašymas vertingas tiek, kiek proletarinę kultūrą suprasime kaip populiariosios kultūros atmainą – kultūrą žmonių, kurie patiria klasinę priespaudą kapitalistinėje visuomenėje. Bet klasė nėra vienintelė dominavimo ir subordinacijos ašis, o ir klasėse yra daug įvairių žmonių formuočių. Pripažindami glaudžius klasės ir kultūros tarpusavio santykius, neturime pernelyg griežtai juos supriešinti. „Proletariškas“ ir „populiarus“ yra iš dalies sutampančios, bet ne tapačios sąvokos.

Lygiai taip pat kitose šalyse, ne Prancūzijoje, socialinės klasės ir kultūrinių pomėgių atitiktis gali būti kitokia. Vis dėlto tokie neatitikimai nepaneigia Bourdieu teiginių. Jis aprašo, kaip socialinės ir kultūrinės galios veikai tarpusavyje sąveikaudamos, bet taikydami jo atradimus sociokultūriniam modeliui, pabrėžiančiam

[8] Bourdieu, P. (1984). Distinction : a social critique of the judgement of taste.

nuolat performuojamą socialinę ištikimybę, o ne priklausymą socialinei klasei, šią jo ataskaitą apie kultūrinę Prancūzijos buržuazijos ir proletariato praktiką galime naudoti aiškindamiesi kultūrines priklausomybes ir praktinę veiklą, kurias formuoja klasiniai (ir ne tik jie) interesai, o jie vis dėlto negali būti siejami su nekintamomis socialinėmis kategorijomis.

Galiu pateikti asmeninį pavyzdį – draugą, su kuriuo aš neseniai aplankiau paeiliui parodos meno galerijoje atidarymą ir „Grateful Dead" koncertą. Kiekvienu atveju sociokultūrinės priklausomybės, kurias mes susiformavome, buvo visiškai skirtingos, o skirtumai pasireiškė kuo įvairiausiai – mūsų pokalbių temomis ir stiliais bei kalbos intonacijomis; elgesiu bendraujant tarpusavyje ir su kitais žmonėmis; mūsų drabužiais, gestais ir pozomis; nuostatomis ir elgesiu meno kūrinio ar atlikimo atžvilgiu; valgiais ir gėrimais – ir taip toliau. Visuose tuose skirtumuose buvo klasės bei galios dimensija, ir juos visus galima atpažinti skirtinguose skoniuose, kuriuos Bourdieu vadina „buržuaziniu" ir „proletariniu".

Bourdieu veikalas yra vertingas todėl, kad aprašydamas proletarinę kultūrą jis atskleidžia kultūrinius įpročius, tipiškus subordinuotai priklausomybei. Taip moterys, kad ir kokiai klasei priklausytų nuo klasės, gali ir „dalyvauja" muilo operų vyksme taip, kad tai panašu į Bourdieu nustatytą proletarinės kultūros požymį, kurį vis dėlto galima apibendrinti valdinių, arba populiariosios kultūros, terminu. Panašiai Rogge'as (1987) Vokietijoje pademonstravo, kokie funkcionalūs yra moterų pateikiami naujienų vertinimai (dar vienas Bourdieu atrastas proletariško skonio bruožas): moterys teikia pirmenybę vietos naujienoms, nes pranešimais apie plėšimus ir užpuolimus gatvėse, katastrofas keliuose ir dingusius vaikus gali pasinaudoti atlikdamos savo kaip motinos pareigą rengti vaikus gyvenimui juos supančiame socialiniame pasaulyje. Moterų ir proletarų skoniai panašūs ne dėl to, kad moterys yra proletarai ar kad proletariatas – moterys, bet dėl to, kad abi kategorijos neturi galių ir lengvai prisitaiko prie populiariosios kultūros įpročių – juk žmones ugdo socialinės pavaldžiųjų tarpusavio priklausomybės.

Kasdienį gyvenimą sudaro populiariosios kultūros įpročiai, jį apibūdina silpnųjų kūrybingumas, kai šie naudojasi jų galias atimančios sistemos ištekliais ir atsisako visiškai paklusti jos galiai. Kasdienio gyvenimo kultūrą geriausiai nusako kovos ir antagonizmo metaforos: strategija prieš taktiką; buržuazija prieš proletariatą; hegemonija ir pasipriešinimas; pasipriešinimas ideologijai arba jos vengimas; galios, nukreiptos iš viršaus apačion, ir galios, nukreiptos iš apačios į viršų priešprieša; socialinė drausmė prieš netvarką. Šie antagonizmai, šie socialinių interesų susidūrimai (kuriuos išsamiau nagrinėsime tolesniuose skyriuose) visų pirma motyvuojami malonumu – malonumu sukurti savas socialinės patirties prasmes ir malonumu išvengti galių bloko primetamos socialinės disciplinos. Toliau ir nagrinėsime šiuos malonumus.

3 SKYRIUS

Produktyvieji malonumai

Būta daug mėginimų apibrėžti malonumo reikšmę kultūroje; jie nepaprastai įvairūs, tačiau visus vienija siekis suskirstyti malonumus į dvi plačias kategorijas, kurių pirmąją reikia sveikinti, o antrąją – smerkti. Kartais ši antitezė aiškinama estetiškai (aukštas, taurus malonumas prieš žemą pasitenkinimą), kartais politiškai (reakcingi prieš revoliucinius malonumus), kartais diskursyviai (malonumai kurti reikšmes prieš gatavų prasmių vartojimą), kartais fiziologiškai (dvasios malonumai prieš kūno džiaugsmus), kartais disciplinariai (jėgos naudojimo pramogos prieš smagumą jos išvengti). Aš taip pat sutinku pripažinti malonumų įvairovę ir tai, kad jie gali įgyti prieštaringas formas, tačiau noriu sutelkti dėmesį į populiarius malonumus kaip priešpriešą hegemoniniams ir tokiu būdu pabrėžti tai, kas dažniausiai laikoma gėdingesne kiekvienos antitezės puse.

Populiarieji malonumai kyla iš socialinių ištikimybių, kurias suformuoja priklausomi žmonės. Jie nukreipti iš apačios į viršų, todėl turi egzistuoti kaip kokia nors opozicija (socialinė, moralinė, tekstinė, estetinė ir pan.) galiai, siekiančiai juos drausminti ir kontroliuoti. Tačiau egzistuoja ir su šia galia susiję malonumai, kurie nėra skirti vien dominuojančių klasių nariams. Daugelis priklausomų klasių vyrų jaučia malonumą demonstruoti savo galią kitiems, ypač moterims ir vaikams. Taip pat malonu rodyti galią sau pačiam, drausminant save. Konformizmo malonumai, kurie internalizuoja galią ir jos drausminamąją jėgą, nėra išgalvoti ir juos patiria daugelis žmonių. Tačiau tie malonumai ne populiarūs, o hegemoniniai.

Populiarūs malonumai pasireiškia dviem pagrindinėmis formomis: tai vengimas (arba agresyvumas) ir produktyvumas. Pasipriešinimas šiomis formomis vyksta skirtingai. Turime atsiminti, kad toks skirstymas kategorijomis tėra vien analitinė strategija; populiarioji kultūra egzistuoja tik praktikoje, kontekste ir kūrimo momentu, todėl didelė jos dalis nesileidžia įspraudžiama į tokias struktūras, kokių reikalauja apibendrinimas ir teorija. Nors vengimas ir produktyvumas gali būti du pagrindiniai populiaraus malonumo elementai, jie niekada nėra vieninteliai, nes daugybė dalykų, unikalių asmeniui ar situacijai, lieka už aprašymo arba analizės ribų.

Vengimo elementas dažniausiai išreiškiamas kūnu (žr. 4 skyrių). Reikšminga, kad teoretikai, besilaikantys kairiosios ideologijos (pvz., Bachtinas ir Barthes'as) kūno malonumuose linksta įžvelgti pozityvias vertybes, o dešinieji (pvz., Kantas ir Schopenhaueris) žiūri į kūną kaip į netikrų arba žemų malonumų šaltinį. Kova dėl kūno reikšmių ir jo malonumų pripažinimo yra galių kova, kurioje klasė, lytis ir rasė sudaro sudėtingas susikertančias ašis. Mulvey (1975) nelengvai įtelpa į mano schemą – ji įtariai žiūri į populiarius malonumus, kuriuos randa masiniame kine, bet kaip teoretikė akivaizdžiai priklauso kairiajam sparnui. Dėmesį ji skiria vien lyčiai (jos teoriją tektų gerokai patobulinti, jeigu ji norėtų atsižvelgti ir į klasinius skirtumus) ir visų pirma tyrinėja patriarchališko kinematografinio malonumo hegemoninę galią, o ne būdus, kaip jos išvengti ar jai pasipriešinti.

Barthes'as (1975b) savo gerai žinomoje *jouissance* atskirtyje nuo *plaisir* žengia toliau. *Jouissance*, įvairiai verčiama kaip „palaima", „ekstazė" arba „orgazmas", yra kūno malonumas, patiriamas tuo momentu, kai kultūra prasmenga prigimtyje. Tai savojo „aš" ir subjektyvumo, kuris kontroliuoja ir valdo savąjį „aš", praradimas – savasis „aš" yra socialiai sukonstruotas ir valdomas, tai – subjektyvumo raiškos vieta, o drauge ir ideologinės produkcijos bei reprodukcijos vieta. Taigi savojo „aš" praradimas yra ideologijos vengimas.

Kūnas turi gamtinės prigimties šerdį. Kova dėl jo reikšmių valdymo yra tokia arši todėl, kad joje kaip prizas įgyjama teisė kontroliuoti kultūros prasmes ir jų dviejų (kūno ir kultūros) santykius. Orgazminis nekontroliuojamo kūno malonumas – savojo „aš" praradimas – yra vengimo malonumas, bėgimas nuo savikontrolės ir socialinės kontrolės, kurią pasitelkę, kaip įspūdingai pasakė Foucault, „žmonės valdo patys save ir kitus". Tai pabėgimas nuo reikšmės, nes reikšmė visada socialiai produkuojama ir reprodukuoja subjekto socialines galias. Prasmių kūrimas visada apima kūrimą prasmių subjekto, kad ir koks takus ar nomadiškas jis būtų.

Šią temą Barthes'as išplečia pasitelkęs „interpretacijos kūnu" metaforą: kai skaitytojo kūnas fiziškai reaguoja į teksto branduolį, jo fizinius žymiklius (signifikatus), o ne į konceptualius, ideologinius ar konotacinius žyminius (signifikantus). Kaip pavyzdį jis pateikia dainininko balso „šarmą" – tembrą, nepriklausantį nuo melodijos, harmonijos ir teksto; unikalų balso įsikūnijimą konkrečiu vienintelio atlikimo metu. Tik jis gali priversti skaitytoją patirti šią palaimą. Taip pat ir žodžiai ar jų žaismas literatūroje ar vaizdai kino ekrane gali būti interpretuojami ir suvokiami vien tik fiziškai – už ideologijos ar prasmės ribų. Toks *jouissance* specifiškai priklauso nuo konteksto. Tas pats tekstas tam pačiam skaitytojui kitame kontekste ar kitu metu gali nesukelti tokio pojūčio. *Jouissance* nėra teksto kokybė, jo negalima analizuoti; jis atsiranda skaitytojo kūne interpretacijos metu, kai tekstas ir skaitytojas erotiškai praranda savo atskiras tapatybes ir tampa nauju, akimirksniu atsiradusiu kūnu, kuris yra tik jų – vienintelių – ir nepaiso prasmių ar disciplinos.

Daugybė populiariųjų malonumų, ypač jaunimo, kuris, matyt, yra labiausiai motyvuotas vengti socialinės drausmės, virsta tokiais perdėtais kūno pojūčiais, sukuriančiais *jouissance* pobūdžio vengimą. Rokenrolas, grojamas taip garsiai, kad jį pajusti galima tik kūnu, o ne klausa, tokie šokiai kaip šeikas (galvos švytavimas), blykčiojančios diskotekų šviesos, medikamentų (ir teisėtų, ir draudžiamų) vartojimas – visa tai skirta suteikti kūniškus, vengimo, agresyvius malonumus. Jų padarinys tai, kad patraukiamas visų – moralinių, teisinių, estetinių – socialinės disciplinos galių dėmesys.

Foucault (1978) įrodė, kad seksualumas taip pat buvo sudėtingų diskursyvinių disciplinų subjektas, nes devynioliktajame šimtmetyje buvo mėginta kontroliuoti ir disciplinuoti jo teikiamus kūniškus malonumus. Todėl manyta, kad visi vaikiško seksualaus pasitenkinimo, o ypač masturbacijos, būdai yra nepadorūs ir nesveiki; moterų seksualinis pasitenkinimas buvo taip suvaržytas, kad vos gyvavo, o jei pasireikšdavo daugiau, negu leidžiama, tai buvo laikomas isterija, ir tokiai moteriai būtinai reikėdavo psichiatrinės ar medicininės priežiūros. Bet kuris malonumas už griežto heteroseksualumo ribų buvo laikomas iškrypimu, reikalaujančiu teisinių, moralinių ir medicininių drausminimo priemonių. Galiausiai ir giminės pratęsimas buvo atimtas iš sutuoktinių ir „gyventojų" vardu perduotas valdžios kontrolei. Seksualaus kūno malonumai negalėjo išvengti socialinės drausmės, kurios reikalavo besivystanti kapitalistinė (ir išliekanti patriarchalinė) valstybė.

Todėl nenuostabu, kad Barthes'as vartoja seksualumo metaforas aiškindamas *jouissance* ar kad tie, kurie siekė riboti karnavališkus populiarius malonumus, devynioliktajame šimtmetyje taip lengvai siejo seksualinį palaidumą su grėsme socialinei tvarkai (žr. 4 skyrių).

Bachtinas (1968) taip pat pripažino, kad besaikiai kūniški malonumai yra būdingi karnavališkoms inversijoms ir vengimams, nors jo aiškinimui socialinės priežastys gerokai svarbesnės negu Barthes'ui. Kadangi seksualumas (kartu su valgymu ir gėrimu) yra kūno išsivadavimo išraiška, Bachtinui labiau rūpi ne individualaus orgazmo, o socialinio kūno išsilaisvinimas. Kūniški malonumai yra bendruomeniški ir vieši; karnavalas vyksta gatvėse, o *jouissance* – kambaryje.

Bourdieu (1984) atsigręžia į romantinę filosofiją, ypač į Kantą, ieškodamas šaknų vyraujančio nepasitenkinimo kūnu ir jo pojūčiais, dėl kurių jis tampa antiestetiškumo buveine. Paradoksalu, bet kūnas lieka patirties sritimi, vengiančia ir grasinančia „grynajam" skoniui, kuris įgyjamas tik per socialinį ugdymą ir drausmę. Jausmingumas, pojūčių suvokimas Kantui yra gamtinis dalykas ir todėl laikomas žemu. Civilizuotas žmogus išmoksta mąstyti ir jausti, tokiu būdu nutoldamas nuo kūno ir įgaudamas estetiškumo supratimą. Kūno pojūčiai yra nešvaraus skonio buveinė, kurios reikia atsisakyti; menas, kuris kreipiasi į jusles, vadintinas „maloniu", o ne „gražiu" ir kelia ne „malonumą", o „pasitenkinimą". Šį nešvarų skonį Kantas vadina „liežuvio, gomurio ir gerklės" skoniu. Bourdieu (1984: p. 486) jį

komentuoja kaip „kapituliaciją prieš tiesioginį pojūtį, kuris kitoje šviesoje atrodo neprotingas“; tai atitinka Schopenhauerio skirtumą tarp „taurus“ ir „žavus“. Žavesys yra tai, kas „sužadina norą tiesiogiai suteikdamas jo išsipildymą, jo patenkinimą“, tai, „kas atitraukia žiūrovą nuo grynosios kontempliacijos, kurios reikalauja visuminis grožio suvokimas, nes jis visada žadina norą tiesiogiai patraukliais objektais“. Bourdieu (ir jo vertėjų) pateiktas vertimas nepakankamai aiškiai apibrėžia „noro“ ir „potraukio“ panašumą, kuris pasireiškia aiškiau, kai Bourdieu pateikia du Schopenhauerio „žavesio“ pavyzdžius: vaisių paveikslus, keliančius norą tuos vaisius suvalgyti, ir moterų skulptūras, kurių „bendras įspūdis skiriamas sužadinti žiūrovo aistras“ (Bourdieu, 1984: p. 487). Kūnas iliustruojamas oraliniais ir seksualiais malonumais, kurie abu yra pavojingi grynojo grožio estetikai, todėl turi sukelti „pasišlykštėjimą“ (verčiant pažodžiui – antiskonį).

Kantas juslinius malonumus laikė tironiškais; tik kontempliuodami estetiškus dalykus žmonės gali būti laisvi. Objektas, reikalaujantis, kad juo būtų mėgaujamasi, trukdo etiškai jam pasipriešinti, o kartu nepaiso atstumo, kurios reikalauja estetika. Tokį pavojų kelia ir menas, ir gyvenimas, ir reprezentacija, ir pati tikrovė: tapyti vaisiai gąsdina taip pat kaip realūs, o apnuogintos skulptūros tokios pat pavojingos kaip ir gyvos nuogos moterys. Skatindamas tai, ką Bourdieu (1984: p. 489) vadina „gyvulišku prisirišimu prie jausmingumo“, pasitenkinimas griauna grožio tyrumą ir universalumą, verčia žmones savo vergais:

> *Šio dvigubo pavojaus žmogaus laisvei ir kultūrai (anti-gamtai) akivaizdoje pasibjaurėjimas yra ambivalentiškas potyris: baisi pasišlykštėjimo ir pasitenkinimo pagunda, kuri tam tikru būdu nužemina iki gyvuliškumo, kūniškumo, pilvo ir sekso – to, kas yra paprasta (bendra, elementaru), o todėl ir vulgaru* (p. 489).

Kūniškieji malonumai, tai juodinami, tai aukštinami teoretikų, noriai naudojami vengimo tikslu. Jų pasipriešinimas – ne semiotinis maištas, o atsisakymas. Toks socialinės kontrolės atsisakymas gali neturėti tiesioginių politinių pasekmių; jo politinis veiksmingumas greičiau pasireiškia išsaugant socialinę tapatybę, skirtingą ir opozicišką tai, kurią pripažįsta socialinė disciplina. Jis taip pat yra energijos ir galingo afekto sankaupos vieta: galimas daiktas, būtent jo teikiamo malonumo intensyvumas, o kartu ir vengimo totalumas, sukelia grėsmės įspūdį viršūnėms ir išsilaisvinimo jausmą apačioms. Šios populiarios, vulgarios energijos, galios, kuri nuolat grasina išsiveržti iš kontrolės gniaužtų, pripažinimas kartu yra ir jos įteisinimas. Žmonių teisės mėgautis populiariais malonumais pripažinimas gal pats savaime ir nepakeičia juos pajungusios sistemos, tačiau taip išsaugomos gyvenimo sritys ir patirties prasmės, opozicinės normaliai disciplinuotai būčiai. Tai – opoziciniai malonumai, ir kol jie saugo kultūrinę liaudies teritoriją nuo galios jėgų bloko, tol reiškia pasipriešinimą.

Toks vengimas patiriamas kaip galių įgijimas, tačiau neapibrėžia ar net nebūtinai turi įtakos tam, kaip tos galios gali būti naudotojamos. Šis klausimas nurodo populiariojo produktyvumo sritį. Barthes'as (1975b) teigia, kad *plaisir* yra skirtingas (todėl pagal prasmę prastesnis) malonumas negu *jouissance*. Jis sukurtas socialiai, jo šaknys glūdi vyraujančioje ideologijoje, jis siejasi su socialine tapatybe ir jos pripažinimu. *Jouissance* džiugina galimybe išvengti socialinės tvarkos, o *plaisir* kuria su ja siejančius malonumus. *Plaisir* yra labiau kasdieniškas, o *jouissance* – ypatingas, karnavalinis malonumas. *Plaisir* apima socialinės tapatybės pripažinimą, patvirtinimą ir suderinimą, bet tai nereiškia, kad jis privalo būti konformistinis, reakcinis malonumas (nors gali būti ir toks). Tai – malonumas prisitaikyti prie vyraujančios ideologijos ir subjektyvumo, kurį ji siūlo, kai mums tai naudinga; tačiau kartu – malonumas oponuoti šiai ideologijai ir jos subjektyvumams ar juos keisti, jei interesai nesutampa. Kadangi žmonių padėtis visuomenėje visada yra sudėtinga, vienu metu susieta konformizmo ir opozicijos vyraujančiai ideologijai ryšiais, *plaisir* formos, kurias jie patiria, bus įvairios – nuo reakcinių iki ardomųjų.

Aš, labiau negu Barthes'as, noriu pabrėžti, kad *plaisir* yra malonus vien todėl, kad yra kuriamas jį patiriančių žmonių – niekas nepristato jo iš išorės. Šio malonumo susikūrimas reikalauja ir energijos, ir savigarbos, o tai rodo vieną iš galimų vengimo ir produktyviųjų malonumų ryšių: vengimo malonumų gaminama energija ir jėga tampa pagrindu kuriant asmens ir jo socialinių ryšių prasmes (galbūt opozicines), kurios, galimas daiktas, išsilies į politiškai aktyvų pasipriešinimą.

Leiskite man pateikti pavyzdį – gal ir hipotetinį, tačiau grįstą empiriniais Radway'o (1984) meilės romanų skaitytojų tyrimais. Prie šio tyrimo aš dar grįšiu, nes tai – vienas reikšmingiausių etnografinių populiariosios kultūros veikimo tyrimų. Radway'o knyga pateikia pakankamai duomenų sukurti toliau aprašomą „tikrais įvykiais paremtą" scenarijų.

Namų šeimininkė reguliariai perka meilės romanus ir jaučia tam tikrą pasitenkinimą tuo erzindama vyrą – pirkdama meilės romaną ji leidžia pinigus sau, o ne šeimai (šitaip lepindamasi, ji priešinasi namų šeimininkės ideologijai), o kartu nusiperka ir nuosavą kultūrinę teritoriją. Skaitymas yra vengimo veiksmas: ji „pasineria" į knygą, atsikratydama moteriškosios ideologijos, kuri disciplinuoja ir verčia ieškoti pašaukimo vien ryšiuose su kitais žmonėmis, ypač – su šeima. Toks „pasinėrimas" būdingas *jouissance* ir leidžia moteriai vengti pavergiančių jėgų, o tai savo ruožtu sukuria galios bei energijos pojūtį, slopinamą visais kitais atvejais. Tokie vengimo malonumai nepriklauso nuo teksto: juos suteiks kiekviena knyga, tik svarbu, kad ji ištrauktų moterį iš jos socialinio kiauto. Ne konkretus tekstas, o skaitymo aktas sukuria šią vengimo malonumo formą. Vis dėlto tik tam tikros knygos *gali* tai padaryti – tai knygos, atitinkančios jos socialinę situaciją. Gebėjimas patirti *jouissance* būdingą savęs praradimą siejasi su *plaisir* kuriama

tapatybe ir prasmėmis. Meilės romanai, kurie sukuria šį savęs praradimo pojūtį, vaizduoja vaidingą ir ūmią heroję, kuri patiria ir ištveria herojaus žiaurumą ir šaltumą; ji nuolat priešinasi šiam persekiojimui ir niekada nepasiduoda. Viena tokio elgesio pasekmių ta, kad herojus „sumoteriškėja", jo širdis suminkštėja, jis pradeda elgtis švelniai ir jautriai; tik pakankamai sumoteriškėjęs herojus nusprendžia, kad jis tinka vedyboms. Žmonos – namų šeimininkės – interpretacijose moteriškosios vertybės atrandamos ir įteisinamos kaip atsvara patriarchalinėms vertybėms. Jos pateikiamos kaip moraliai ir socialiai pranašesnės už politiškai galingesnes patriarchalines vertybes, kurios gali priversti heroję kentėti, tačiau negali jos visiškai pavergti. Tokių rezistentiškų moteriškumo ir lyčių santykių prasmių kūrimo malonumas yra socialiai pagamintas *plaisir*, tačiau jį galima sieti su ekstrasocialiu *jouissance*, nes *jouissance* teikia energijos, motyvacijos ir galių, o *plaisir* kuria socialiai pateisinamas reikšmes. Šis įgalinimo ir savanaudiškų savarankiškai susikurtų lyčių santykių prasmių mišinys motyvuoja skaitytoją sviesti iššūkį kasdieniuose santykiuose su vyru veikiančiai patriarchalinei galiai, kad išplėstų joje savo erdvę, kad bent truputį perskirstytų ją savo naudai.

Toks hipotetiškas pasakojimas apie populiariuosius malonumus ir jų politinę intrigą per daug supaprastintas siekiant aiškumo, dėl to neturėtume manyti, kad ryšiai tarp *jouissance*, *plaisir* ir kasdienės politikos yra tiesiški, tolydūs (o tuo labiau nuoseklūs) ar paklūsta priežasties ir pasekmės dėsniui. Taip nėra. Jie daugiakrypčiai, nebūtini, išsklaidyti ir sunkiai fiksuojami konkrečiu momentu. Ryšiai tarp populiariojo malonumo ar pramogų niekada nebūna tiesioginiai ir vienareikšmiai (žr. 7 skyrių).

Manau, kad naudinga išskirti dviejų tipų populiariuosius malonumus: vengimo, kurių centre yra kūnas ir kurie socialiai siekia sukelti pasipiktinimą bei skandalą; ir reikšmių kūrimo, kurių centre yra socialinė tapatybė ir socialiniai ryšiai, o jų socialinis veikimas pasireiškia semiotiniu pasipriešinimu hegemoninei jėgai. Toliau šiame skyriuje sutelksiu dėmesį į prasmių konstravimo malonumus ir politiką, o 4 skyriuje aptarsiu vengimo malonumus.

Populiariosios kultūros politika – kasdienio gyvenimo politika. Tai reiškia, kad ji veikia ne makro-, o mikropolitikos lygmenyje, ir kad ji yra ne radikali, o progresyvi. Ji siejasi su kasdien vykstančiu nelygių galių sąveikos derinimu tokiose struktūrose kaip šeima, darbo aplinka arba mokyklos klasė. Progresyvumas pasireiškia tuo, kad siekiama perskirstyti galias šiose struktūrose mažiau galių turinčiųjų naudai; ja siekiama įgyti daugiau erdvės iš apačios į viršų kylančių galių veikimui. Ne taip kaip radikalizmas, ši politika nesistengia visų pirma pakeisti sistemą, kuri paskirsto galias – tai būtų makropolitikos lygmuo; apie jį plačiau kalbama 7 skyriuje. Populiariosios kultūros politika yra mikropolitika, nes būtent šiame lygmenyje ji atlieka svarbesnį vaidmenį kasdienio gyvenimo taktikoje.

Mikropolitikos malonumai – kurti reikšmes, kurios yra ir aktualios, ir funkcionalios (žr. 5 ir 6 skyrius). Aktualumas reikalauja, kad kuriamos prasmės apimtų ir dominavimo (hegemoniškas, disciplinuojančias), ir pasipriešinimo galias, nes jos sudaro kiekvieno subordinuoto (pavaldaus) asmens socialinės patirties struktūrą. Funkcionalumas reikalauja, kad šias prasmes būtų įmanoma naudoti įprasminant kasdienybę ir kad jos keistų individo kasdienę vidinę ar išorinę elgseną. Malonumas atsiranda iš šio produktyvumo, aktualumo ir funkcionalumo mišinio. Tai reiškia, kad prasmės, kurias kuriu iš teksto, teikia man malonumą tada, kai jaučiu, kad tai yra *mano* prasmės ir kad jos praktiškai ir tiesiogiai siejasi su mano kasdieniu gyvenimu.

Michaelsas (1986) pateikia gražų tokio proceso pavyzdį. Jis išsiaiškino, kad „Rembo" (*Rambo)* buvo vienas populiariausių filmų tarp Vidurio Australijos dykumose gyvenančių aborigenų genčių. Jie panaudojo šį tekstą kurdami savo prasmes, nes pagrindinį konfliktą įžvelgė tarp Rembo, kurį laikė trečiojo pasaulio atstovu, ir baltųjų pareigūnų klasės. Šis prasmių rinkinys akivaizdžiai atitiko jų patirtą ir suprantamą pokolonijinio laikotarpio baltųjų paternalizmą. Šias reikšmes jie galėjo labai funkcionaliai panaudoti rezistentiškai įprasmindami jiems svarbius rasių tarpusavio santykius. Žinoma, socialiai konformistiška interpretacija labiau pabrėžtų kitą, daug aktualesnį konfliktą tarp laisvųjų Vakarų ir nelaisvųjų Rytų bloko šalių. Be to, aborigenai sukūrė gentinius ar gimininius ryšius tarp Rembo ir kalinių, kuriuos jis gelbėjo – jie buvo aktualesni jų socialinei patirčiai negu bet kokie nacionalistiniai santykiai Rytų–Vakarų ašies struktūroje: juk vis dėlto aborigenai sudaro labai neproporcingą daugumą tarp Australijos kalinių.

Aborigenų susikurtos aktualios ir funkcionalios „Rembo" reikšmės jiems buvo malonios, nes buvo sukurtos *ne paties* teksto, o *pagal* jį. Matyt, Ronaldas Reaganas patyrė kitokį malonumą kurdamas labai įvairias reikšmes, kurios atitiko jo politinius tikslus, kai gyrė filmą už jo propaguojamą „kelkis ir veik" individualizmą. Tačiau jo malonumai buvo hegemoniški, siūlomi teksto, todėl nereikalavo didelio (ar išvis kokio nors) jo paties kūrybingumo. Antra vertus, aborigenų prasmės buvo rezistentiškos ir todėl jų kūrimo procesas buvo daug produktyvesnis ir populiaresnis (visuotinesnis).

Produktyvūs veiksmai reikalauja pripažinti socialinius skirtumus ir įtvirtinti labiausiai subordinuotų (pavaldžių), socialinių struktūrų apačioje esančių asmenų, subkultūrines teises ir tapatybes. Socialinio skirtingumo pripažinimas reikalauja kitokio mąstymo: kitoks mąstymas reprodukuoja ir patvirtina socialinių skirtumų pojūtį. Šiuo atveju, svarbu tai, kad mąstymas yra *kitoks*, o ne laisvas, ne atskirtas nuo socialinės tikrovės. Kitoks mąstymas suteikia valdomiesiems teisę susikurti *savas* pavaldumo reikšmes, o ne priimti dominuojančias ar neturinčias jokio ryšio su dominavimu prasmes. Valdomųjų pojūtis, kad yra dominuojanti jėga, ir jų socialinė patirtis dažniausiai juos žemina ir silpnina. Valdinio jausmai priešinasi,

puola šias dominuojančias, galias atimančias reikšmes arba jų vengia. Taigi populiariuosius malonumus sudaro tiek produktyvūs savosios kultūros gaminimo malonumai, tiek puolamieji pasipriešinimo dominuojančioms struktūroms malonumai.

Paskutinė „Jaunavedžių žaidimo" (*The Newlywed Game*) serijoje keturių vyrų buvo klausiama, kaip žmonos reaguoja į jų „romantiškuosius poreikius": ar atsaką galima apibūdinti kaip „Taip, šeimininke", ar „Surimtėk, vaikine", ar „Jokiu būdu, Chose!" Žinoma, visi keturi vyrai atsakė „Taip, šeimininke!", nors vienas šiek tiek abejojo (ir dėl to buvo išjuoktas); kit savo atsakymus palydėjo tokiomis replikomis kaip „Ji visados prisitaiko" arba „Ji visad daro tai, ko aš noriu". Tačiau kai žmonos sugrįžo į televizijos studiją atsakyti į užduotą klausimą, dvi sutiko su savo vyrais („Taip, šeimininke"), viena pasakė, kad greičiau atsakytų „Surimtėk, vaikine", o viena pasakė: „Jokiu būdu, Chose!"

Dvi mano studentų grupės ir aš pats nepaprastai džiaugėmės šiuo mažu populiariosios kultūros dalyku. Tirdamas jo poveikį, panaudojau tris metodus: paklausiau savęs, kaip aš žiūrėjau šią programą ir kodėl ji man patiko; vėliau to paties paklausiau savo studentų, o galiausiai paprašiau vietoje gyvenančių šios laidos gerbėjų, kad jie susisiektų su manimi telefonu ar raštu ir papasakotų, kokiomis aplinkybėmis ir kodėl ją žiūrėjo.

Tirdamas savo paties malonumo pojūtį išsiaiškinau, kad tuo metu naudojausi trimis peržiūros diskursais: kitaip sakant, teksto interpretavimui pasitelkiau tris skirtingus socialinių priklausomybių rinkinius. Esu universiteto populiariosios kultūros teoretikas, kurį domina tai, kaip žmonių ir dominuojančiųjų galių balsai susitaria ar ginčijasi populiariuosiuose tekstuose. Todėl susitapatinau su akademikais ir akademinį diskursą naudojau tam, kad atskleisčiau teksto prieštaras, jo kontroversijos taškus, silpnybes, kurios atidengia pažeidžiamą minkštąją ideologijos papilvę. Kaip tikras mokslininkas, sukūriau nuotolį tarp savęs ir teksto. Bet šį vyksmą aš žiūrėjau ir iš vidaus, naudodamasis populiaresniu diskursu, kad jį sujungčiau su savo kasdieniu gyvenimu, kurį gyvenu kaip baltaodis, viduriniosios klasės, vidutinio amžiaus vyriškis, jaučią gilų nepasitenkinimą patriarchatu ir jo primetamais seksualiniais santykiais bei sąlygomis, susirūpinęs dėl senėjimo ir potencijos, vyriškumo ir seksualinio pajėgumo sąryšio. Šiuo diskursu ar greičiau vientisu diskursyviu rinkiniu įprasminu savo klasės, amžiaus, lyties bei rasės tapatybę, taip pat perkeliu į tekstus, kuriais žaviuosi, savo socialinės asmenybės bei patirties reikšmes. Visam tam diskursyvinam rinkiniui tam tikra prasme prieštaravo, bet kartu ir jį papildė populistinis diskursas. Mano skonis vulgarus, su demokratiniais polinkiais: tai, kas rėžia akį, kas perlenkia lazdą, kas neskoninga, teikia man malonumus, kurie, pats suprantu, yra „nešvankūs", nes žeidžia estetinį ir kultūrinį skonį klasės, kuriai aš objektyviai priklausau. Tokie malonumai kelia pasitenkinimą iš dalies dėl to, kad jie yra agresyvūs šios klasės standartų ir ideologijos atžvilgiu. Jie yra praktinio populizmo forma. Todėl negalėčiau tirti

teksto, lygia greta netirdamas savęs kaip žiūrovo, nes tekstas yra tekstas tik tuomet, kai aš jį interpretuoju, tik tuomet, kai tam tikru momentu tam tikrais būdais išjudinu jo potencialą, tik tuomet, kai faktiškai naudoju jo siūlomus išteklius. Bet šiuo atveju „aš" nėra individualistiškas, jis tampa diskurso lauku: „aš" esu arena, kurioje mano socialinio gyvenimo diskursai susipina ir kuria manąjį „aš", arena, kurioje jie susitinka su diskursiniais teksto interpretavimo ištekliais. Šie diskursiniai ištekliai gali riboti mano interpretacijų sukurtas reikšmes, bet negali varžyti mano kasdienio kūrybingumo, kuriam jie skiriami ir tam tikra prasme yra jo nulemti.

Mano studentų reakcijos į pateiktą tekstą, kaip ir reikėjo tikėtis, skyrėsi nuo mano paties; taip pat jos skyrėsi tarpusavyje. Kelios feministės įsižeidė dėl klausimo formuluotės. Joms atrodė, kad taip pateiktas klausimas įkūnija patriarchalinę prielaidą, jog moterys neturi savų seksualinių troškimų – jų seksualumą riboja vien atsakas į vyro norus. Bet ir kai kurie laidą žiūrėję vyrai lygiai taip pat pasipiktino – tik dėl visai kitų priežasčių: jie manė, kad vyrams šiuo klausimu buvo paspęsti spąstai, nes joks vyriškis viešai televizijos laidoje negalėtų atsakyti kitaip negu „taip, šeimininke" – kad ir kaip nepatogiai jaustųsi dėl tokio atsakymo namuose, miegamajame. Vyriškumo ideologija nepaliko vyrams pasirinkimo teisės. Jie galėjo rinktis tik viena iš dviejų: pasirodyti arba engėju, arba nevykėliu. Vaikinai manė, kad dviejų vyrų, kuriems žmonos „nušluostė nosį", viešai neatsakydamos „taip, šeimininke" sumišimas buvo didesnis negu paklusniųjų žmonų, kurios taip atsakė. Jie argumentavo, kad vyrai, žiūrintys laidą, vienu metu ir identifikuojasi su tokiu sumišimu, ir atsitolina nuo jo. Kartu su laidos dalyviu jie jaučia nepatogumą ir tuo pat metu – malonumą dėl jo viešo diskomforto – o kadangi toks vyro sumišimas per televiziją rodomas daug rečiau negu moters paklusnumas, jų teigimu, įspūdis buvo daug galingesnis. Kitaip tariant, vyrai manė, kad klausimas greičiau demaskavo patriarchališkumą, užuot jį puoselėjęs, kad vyro nepasirengimas atsispirti ideologijos išpuoliui buvo daug svarbesnis už moters nuolankumo jai išraišką.

Vis dėlto kelios moterys, nepriskyrusios savęs „feministėms", jautė tikrą malonumą klausydamos žmonų, kurios atmetė atsakymą „taip, šeimininke", ir regėdamos savo vyrų sutrikimą. Šioje laidos vietoje jos džiugiai juokėsi, o paskui vykusiame aptarime nedelsdamos grįždavo prie minėto epizodo. Feministės atsakydavo, kad jų radikalus įsižeidimas dėl moteris diskriminuojančios klausimo orientacijos buvo toks stiprus, kad blokavo tai, ką jos galėjo suprasti, tačiau nesugebėjo pajusti – „progresyvių" nefeminisčių, „kasdienių" moterų džiaugsmo. Šis malonumas atsirado iš prarajos tarp patriarchalinės ideologijos ir kasdienės moterų patirties pajautimo ir produktyvaus išnaudojimo. Ne taip kaip feminisčių, jų pasipriešinimas kilo ne iš pačios sistemos struktūrinio lygmens, o iš kasdienio lygmens, iš to, kaip moterys jį reiškia, kaip praplečia savo pačių erdves kasdienybėje, kaip susikuria opozicines reikšmes iš savo kasdienio gyvenimo.

Be abejo, žmonos, kurios televizijos laidoje sutiko su savo vyrais ir kurios atrodė susitaikiusios su dominuojančia ideologija bei savo priklausoma padėtimi, laimėjo žaidimo taškus. Tačiau tos, kurios pasipriešino – pralaimėjo – gavo ne oficialius (ideologinius), o populiarumo taškus iš žiūrovų patirto malonumo. Programa grindžiama oficialiąja patriarchalinės poros ideologija, kuri atsispindi pateikiamuose klausimuose, o pagal scenarijų laimi tos poros, kurios geriausiai prie tos ideologijos prisitaiko. Bet populiarusis šios laidos malonumas kyla iš „pralaimėjusiųjų", iš tų, kurių patirtis prieštarauja dominuojančiai ideologijai: tos poros sukuria momentus, kai laidos auditorija smagiausiai juokiasi, nes ji iš patirties žino, kaip „ponas" kelia klausimą ir kaip jį pagrindžia, – šios poros yra populiariosios laidos laimėtojos. Būtent plyšys tarp populiariųjų ir oficialiai paskelbtųjų laimėtojų tiksliai nurodo skirtumą tarp kasdienės patirties ir patriarchališkos poros ideologijos strateginių galių. Nepaisant klausime slypinčio patriarchališkumo, kai kurie žiūrovai suprato, kad vyrai laidoje pasirodė prasčiau už moteris; kad buvo atskleistas jų galių pažeidžiamumas, o viešoji nuomonė pripažino moterų taktinius gebėjimus jas tramdyti.

Tai aš pavadinčiau progresyviuoju populiariosios kultūros potencialu. Jos progresyvumas pasireiškia ir pripažinimu, kad esama skirtumo tarp patriarchališkų galių ir kasdienės moterų patirties ir tarp jų taktinio pasipriešinimo toms galioms pripažinimo. Televizijos parodytas, šis skirtumas leidžia moterims išaiškinti jį pagal savąją patirtį; suprasdamos šiuos ryšius (sąlyčio taškus) jos gali įprasminti ir savo pačių susidūrimus su patriarchalinėmis galiomis, ir šio konkretaus televizinio teksto aktualumą. Nesuskaičiuojama, kiek kartų kasdienėje patirtyje žmonos atsakas gali būti interpretuotas „jokiu būdu, Chose!", tačiau turime pripažinti, kad su daugybe atspalvių gali būti pasakyta ir „taip, šeimininke" – visiškas paklusnumas jokiu būdu nėra vienintelė šių žodžių prasmė. Tačiau čia bent jau slypi galimybė, kad mikropolitinis lyčių santykių apsvarstymas tam tikrais ypatingais momentais gali tapti seksualinio galių perskirstymo derybų dalimi – taip populiariai parodytas patriarchalinių galių veikimas gali pasidaryti konkretaus vyro ir konkrečios moteries santykių dalimi ir leisti jiems tas galias individualiau ir tolygiau įgyvendinti tarpusavio santykiuose.

Aš nenoriu kritikuoti feminisčių reakcijos į šią mažytę populiariosios kultūros detalę. Jų atsakas buvo visiškai adekvatus, bet toks pat buvo atsakas ir moterų ne feminisčių. Vis dėlto atotrūkis tarp jų vertinimų išryškina radikalumo ir progresyvumo, tarp strateginio ir taktinio pasipriešinimo, struktūrinių ir praktinių požiūrių skirtumą. „Jaunavedžių žaidimas" faktiškai nebuvo šių konkrečių feminisčių populiariosios kultūros dalis. Joms tekstas neteikė jokio malonumo (nebent patvirtindamas jų įsitikinimus ir pačiu primityviausiu būdu atskleisdamas visą patriarchato siaubą), jos nežiūrėjo laidos, ji netapo jų kasdienio gyvenimo dalimi, todėl feministės produktyviai nesinaudojo laidos siūlomais ištekliais. Joms tekstas nebuvo nei produktyvus, nei populiarus.

Mano studentų atsakymus sustiprino „tikrųjų" laidos sirgalių atsiliepimai, akivaizdžiai parodę, kaip lengvai laidos žiūrėjimas įsipina į jų kasdienio gyvenimo audinį. Iš jų atsakymų galima daryti keturis apibendrinimus.

Pirma, apie respondentų lytį: iš 22-ų 21 buvo moteris, o vienintelis respondentas vyras prisipažino, kad atsako vien draugės raginamas: matyt, ji drovėjosi viena tai daryti.

Antra, laidą dažniausiai žiūri poros, susituokusios arba ne, ir dažniausiai tai daro moterų reikalavimu, nors vyrai nenori ar drovisi. Moterys nuosekliai naudojosi laida, siekdamos suformuluoti ir išsiaiškinti savo seksualinius santykius, naudojosi ja kaip apmąstymų priemone – tokia priemone, kuri tinkama kasdieniame gyvenime. Toliau pateikiu atsakymą, būdingą daugeliui:

Gerbiamas pone Fiske,

Nors nesu tikra, ką būtent jūs norite sužinoti, galiu šiek tiek drovėdamasi prisipažinti, kad tapau aistringa JAUNAVEDŽIŲ ŽAIDIMO žiūrove. Nemanau, kad galiu paaiškinti tikrąsias priežastis, bet žinau, kad pradėjau žiūrėti laidą daugiau kaip prieš trejus mėnesius, labiausiai dėl to, kad jos laikas gerai dera prie mano dienotvarkės. Grįžusi namo iš darbo, žiūrėdama vakaro žinias aš gaminu vakarienę, o 19.00 ji jau būna paruošta, todėl galiu prisėsti ir valgydama žiūrėti JAUNAVEDŽIŲ ŽAIDIMĄ.

Turbūt aš mėgstu gretinti daugelį šios laidos trivialių naminių smulkmenų su mano ir vyro santykiais, ir truputį trikdo tai, kaip mes labai panašūs į poras, dalyvaujančias laidoje. Tiesą pasakius, aš dažniausiai atsakau į klausimus pati, o paskui spėju, kaip į juos būtų atsakęs mano vyras. Jei jis tuo metu būna namie ir žiūri laidą kartu su manimi, aš užsispyrusi reikalauju jo atsakyti į klausimus, kad paskui mudu galėtume palyginti savo atsakymus. Iš tiesų, mes daug sužinome vienas apie kitą, ir ne visada tai, ką norėtume sužinoti. Taigi dėl šios priežasties man ir patinka žaidimas. Kita priežastis galėtų būti ta, kad man, matyt, patinka stebėti, kaip žmonės apsikvailina. Na, gal ne apsikvailina, bet atskleidžia visas savo keistas savybes. Mano nuomone, tai labai komiška.

Paskutinioji priežastis gal būtų ta, kad aš negaliu pakęsti tokių žaidimų kaip „Laimės ratas" ar „Rizika". Manęs nejaudina laimingų atsitiktinumų, rizikingų lošimų ar panašūs žaidimai.

Dar pagalvojau štai ką: daug priklauso nuo laidos vedėjo. Jis akivaizdžiai kursto dalyvius. Atrodo, kad dalį laidos patrauklumo sudaro vyro ir žmonos konflikto užaštrinimas.

Tai jau gal ir viskas, pone Fiske. Jei jums tai vertinga, galiu pridurti, kad žiūriu po JAUNAVEDŽIŲ ŽAIDIMO rodomą NAUJŲ PASIMATYMŲ ŽAIDIMĄ, bet jis man ne itin patinka. Jei būčiau vieniša, galbūt šis žaidimas man patiktų labiau negu pirmasis.

Čia reikia iš karto pažymėti du dalykus. Pirma, respondentės komentarai apie malonumą stebėti šeimyninius konfliktus patvirtina teorinius apmąstymus apie skirtumą tarp oficialiųjų ir populiariųjų laimėtojų – laidoje oficialiai apdovanojama už šeimyninę harmoniją, nors jos patrauklumas slypi lyčių konfliktuose: oficialioji poros ideologija aukštinama kartu ją griaunant. Antra pastaba siejasi su moters komentaru, kad ji su vyru sužino vienas apie kitą ne visada tai, ką norėjo sužinoti. Tai taip pat tipiškas atsakymas. Jis nurodo bendrą būdą, kuriuo žaidėjų privatumo iškėlimas viešumon perkeliamas laidą žiūrinčiai porai. Tai, kas buvo privatu ar slopinama atskirai, iškyla į poros „viešą" areną, leidžia abiem suprasti vienas kitą ir tarpusavio santykius, miniatiūroje atkartoja laidoje keliamus viešumon privačiais laikomus dalykus.

Atrodo, kad moterys labiausiai laimi atskleisdamos slopinamus dalykus. Slopinami poros nesutarimai, kasdienės patirties akimirkos, kurios paneigia dominuojančią ideologiją. Kaip kita respondentė telefonu man sakė taip:

> *Laida verčia galvoti apie mus abu, mums iš tiesų smagu, kai nuomonės nesutampa, kai pamatome, kaip gerai vienas kitą pažįstame arba kaip nepažįstame vienas kito, na, tai tikrai linksma... bet kartais pasidaro labai rimta, labai rimta...*

Kalbėdama apie tai, kaip ji ir jos draugas tampa „labai rimti", ji tiek kvatojo, kad man buvo sunku suprasti, kas sakoma. Juoką interpretuoti sunku, bet manau, kad šiuo atveju jis ne tik reiškė, kad moteris drovisi kalbėti tokia tema, net anonimiškai, su nepažįstamuoju, bet ir rodė, kur slypi didžioji jos patirto malonumo dalis. Vienu ar kitu būdu moterys nurodė, kaip smagu atskleisti paprastai nutylimus nesusipratimus, ir pasakojo, kad jų vyrų reakcija buvo labai įvairi: nuo nedidelio sumišimo nesupratus, apie ką kalbama, iki noro išvengti problemos ir visą procesą nuvertinti pavadinus „kvailyste".

Aš tarčiau, kad po visu tuo slypi mūsų ideologinė praktika suversti atsakomybę už emocingumą labiau moterims negu vyrams. Vadinasi, santykių žlugimas ar įtampa greičiau sukelia kaltės jausmą moterims, o ne vyrams, nes tokios nesėkmės ideologiškai griežtai priskiriamos moteriškumui. Juokdamosi iš šios įtampos, paversdamos ją viešosios komedijos tema, jos pabėga iš kaltės jausmą sukeliančios moters atsakomybės gniaužtų. Daugelį moterų ir tuos vyrus, kurie yra nepatenkinti bent jau keliais vyriškumo aspektais, kuriuos jiems primeta patriarchatas, tai ir išlaisvina, ir atpalaiduoja nuo drausmės.

Taip prieiname prie trečiojo dažnai minimo malonumo – drovėjimosi (sutrikimo, sumišimo, nejaukumo), nes šis žodis buvo beveik visuose atsakymuose. Žmonės jautė trejopą drovumą: drovėjosi prisipažinti, kad laida patinka; nejaukiai jautėsi pora, žiūrinti laidą; sutrikdavo laidoje dalyvaujančios poros. Akivaizdu, kad drovėjimasis yra pagrindinis malonumas.

Aš tarčiau, kad drovumas pajuntamas tada, kai vyksta konfliktas tarp konvencionalumo ir drausmės laužymo; tarp dominavimo ir paklusnumo; tarp iš viršaus į apačią ir iš apačios į viršų nukreiptų galių. Džiaugiantis rodomos poros nesutarimais, nejaukumo jausmas atsiranda tik todėl, kad dominuojančios grupės ideologinės vertybės išgyvenamos tuo pat metu kaip ir joms prieštaraujančios pavaldžiųjų kasdienės vertybės. Malonumas išlaisvinti slopinamas pavaldumo reikšmes niekad negali būti jaučiamas atskirai, o tik konfliktuojant su galiomis, kurios siekia slopinti ar pajungti. Moterų drovumo jausmas yra ženklas, kad jos prieštaringai internalizuoja patriarchato tvarką, kartu jai nepaklusdamos ir pasipriešindamos. Taigi tuo pačiu metu ideologinės (estetinės) vertybės, kuriomis remiantis laida apibūdinama kaip trivialybė ar šlamštas, yra priimtinos tik iki tiek, kiek moterys drovisi savo malonumo ją žiūrėdamos. Bet šis hegemoninis priekaištas nėra pakankamai stiprus, kad jos nustotų žiūrėjusios laidą ar nesimėgautų ja. Išties drovėjimasis tampa malonumu. Tai yra populiarusis malonumas, nes apima ir dominavimo, ir paklusnumo; ir drausminimo, ir išlaisvinimo vertybes; jis atsiranda tada, kai ideologiškai pajungtieji susiduria su juos pajungiančiomis galiomis.

Ketvirtąją išvadą jau aptarėme, kad ir netiesiogiai: tai netarpiškumas ryšių, kuriais žiūrovai siejo laidą su savo kasdieniu gyvenimu. Pirmiau cituotas laiškas yra konkretus ir būdingas pavyzdys. Viena tarpusavio ryšių aibė sudaroma namų ruošos darbų ir televizijos tinklelio analogiškos kasdienės rutinos. Kaip ir namų ruoša, populiarieji tekstai yra efemeriški, greitai vartojami, todėl juos reikia kartoti – ir populiariosios kultūros serijiškumas bei pasikartojimas sukuria rutiną, kurią lengva įterpti į kasdienio gyvenimo tvarką. Žinių klausymas paverčia pasikartojantį nuobodų vakarienės virimą maloniu darbu, o „Jaunavedžių žaidimo" žiūrėjimas – atlygiu užbaigus namų ruošą. Tiek, kiek būtina, kasdienių darbų našta atima galias iš juos įpareigotų atlikti žmonių. Tuo nenoriu pasakyti, kad maisto gaminimas neteikia malonumo, – teikia, bet malonumą teikia kūrybingumas, o ne būtinybė; iš viršaus žemyn nukreiptos galios ir iš apačios viršun kylančio kūrybiškumo opozicija visiems žinoma. Bet populiariosios kultūros, šiuo atveju – televizijos rutina yra savanoriškai priimama; ji pasirenkama ir yra maloni. Todėl ji suteikia galimybę atsikratyti pojūčio, kad esi priklausoma nuo lygiagrečios, reikalaujamos, represyvios namų ūkio kasdienių darbų rutinos. Gyvenimui pagal darbotvarkę reikia darbotvarkės malonumų. Viena iš pagrindinių kultūros formų funkcijų yra suteikti pavidalą laikui. Todėl naratyvinė ir muzikinė (dvi dominuojančios mūsų kultūros formos) sukuria tokį laiko modelį ir struktūrą, kurie leidžia mums pajusti, kad bent šiek tiek jį kontroliuojame, net jei ta kontrolė apsiribotų konceptualiu jo reguliavimu. Be šito beformė, nesustabdoma laiko tekmė, kaip ir nesibaigiantys namų ruošos darbai, gali būti patiriamas kaip demoralizuojanti dominantė.

Rutininiai populiariosios kultūros malonumai gali kilti vien tiktai iš jų siūlomo chronologinės kontrolės pojūčio, bet juose dar glūdi ir susiję malonumai kurti

aktualias prasmes. Laiško autorė mano „Jaunavedžių žaidimą“ esant malonesnį už „Pasimatymų žaidimą“, nes jai, kaip ištekėjusiai moteriai, šis žaidimas yra *aktualesnis*. Todėl ji gali naudoti šį žaidimą kaip diskursyvų išteklių, leidžiantį įprasminti savo santykius su vyru. Įprasminimo veiksmas kartu suteikia galią: populiaraus produktyvumo lauke kurdama *nuosavas savo* vedybų reikšmes, ji sugeba geriau dorotis su vedybinio gyvenimo apraiškomis.

Toks jos malonumas turi ir pasipriešinimo elementų. Antrojoje pastraipoje nuo pripažinimo, kad mėgsta laidą, autorė pereina prie pasakojimo apie panašumus su jos pačios santuoka, o paskui – prie galių perskirstymo veiksmo santuokos mikropolitikos lygmeniu: ji „užsispiria“, kad vyras, regis, prieš savo valią, atsakytų į laidos klausimus. Atskirai paėmus, tai gali būti mažytis galios veiksmas, tačiau kasdienio gyvenimo patirtyje rasime daugybę tokių mikropolitinių smulkmenų, kurios kaupiasi pamažu ir nesulaikomai.

Tai yra struktūriškai būdingas pavyzdys, kaip populiarioji kultūra veikia praktiškai. Jis atskleidžia nuolatinį judėjimą tarp populiariųjų malonumų ir jų produktyvumo; konstruojamą aktualumą tarp produktingo teksto ir jo interpretatoriaus socialinės situacijos; ir pojūtį galių įgijimo, perkeliamo iš prasmių produkavimo į realius socialinius santykius. Būtent tokia malonumo, aktualumo ir galios matrica sudaro populiariosios kultūros šerdį.

D'Acci (1988) atliktas moterų, „Kegni ir Leisi“[1] serialo gerbėjų, tyrimas pateikia papildomų įrodymų, kad populiariojoje kultūroje glaudžiai siejasi malonumas, aktualumas ir galia. Virtinės laiškų, kurias serialo gerbėjos siuntė prodiuseriams stengdamosi išsaugoti (sėkmingai) laidą nuo transliuotojų kirvio, rodo, kad žiūrovės sugebėjo glaudžiai derinti televizinius Kegni ir Leisi gyvenimus su savo pačių socialine patirtimi ir tai joms teikė didelį malonumą:

Yra vienintelė reguliariai rodoma laida, kuriai aš visada randu laiko, – ji man teikia kitokį malonumą nei sekmadieniniai komiksai, labiau panašų į tą, kurį teikia laiškų redakcijai puslapis – ji intriguoja ir atspindi mano pačios gyvenimą. Tai „Kegni ir Leisi“. (D'Acci 1988: 7 sk., p. 18)

Laiško autorė nurodo, kad malonumas žiūrint „Kegni ir Leisi“ yra didesnis negu laiškų redakcijai skaitymas, peršokdama nuo vienaskaitos į daugiskaitą *mums*, o po to grįždama prie vienaskaitos. Daugelis laiškų autorių, kurias citavo D'Acci, išsamiau aprašė laidos aktualumą savo kasdienei patirčiai dirbant įvairiose vyrų sukurtose ir dominuojamose organizacijose. Bent jau vieno laiško autorei filmas tiko idealiai, netgi organizacija, kurioje ji dirbo, buvo panašaus pobūdžio:

[1] „Cagney and Lacey“ – 1982–1988 m. JAV CBS televizijos tinklo rodytas daugiaserijinis filmas apie moteris policininkes.

Man be galo patinka „Kegni ir Leisi". Jūs esate nuostabiausios policininkės televizijoje, kiek esu mačiusi. Man pačiai patinka laida, nes po kelių mėnesių pradėsiu lankyti valstijos policijos akademiją. Šiuo metu

aš dirbu moterų pataisos pareigūne pataisos darbų kolonijoje, kur mano bendradarbiai yra tik vyrai. Patikėkite, darbas nėra saldus. Jis gana kartus. Tau tenka iškęsti daugybę priekabiavimų (7 sk., p. 21).

Ir vėl įvardžio pakeitimas nuo „aš" į „tau" visų pirma liudija, kaip tiesiogiai ir asmeniškai siejasi aktualumas ir malonumas. Nors šis laiškas tiesiogiai neįrodo, kad tokie aktualūs malonumai gali padidinti galias, jis diskursyviai asocijuoja malonumus su galių praradimo patirtimi: malonumas, aktualumas ir noras turėti daugiau galių bei nebūti patriarchato žeminama moters sąmonėje susilieja į visumą.

Tačiau kai kurios laiškų autorės daug atviriau rašo apie galių didinimo patirtį. D'Acci (1988: 3 sk., p. 55) nurodo:

Kegni, kurią vaidina Sharon Gless, laiškų autorių nuolat apibūdinama kaip asmenybė, suteikianti joms „drąsos" keisti savo pačių gyvenimą, kaip nepralenkiamas pavyzdys. Žiūrovė rašo: „Kai aš pamačiau Kegni, supratau, kad ji – ta, į kurią aš norėčiau būti panaši, tad pradėjau keistis ir pamažu pasikeičiau. Dabar sakau, ką galvoju, ir netgi išdrįsau išbandyti save fotografijos versle". Anot kitų žiūrovių, „kiekviena savaitę ji kažkokiu būdu suteikia man jėgų būti savimi tarp aplinkinių ir siekti gyvenime ko nors daugiau. Jos asmenybė man tampa realybe"... Paauglė teigia, kad serialas „teikia man pasitikėjimo, aš žinau, kad galiu lygiai su berniukais varžytis sporto rungtyse ir kitose srityse".

Galių didinimo pojūtis, kurį patyrė ir „Kegni ir Leisi", ir „Jaunavedžių žaidimo" gerbėjos, produkuojamas dviem būdais: pirma – todėl, kad jį sukėlusias reikšmes sukūrė subordinuoti teksto herojai; o antra – todėl, kad reikšmių aktualumas leido jas tiesiogiai naudoti kasdienės kovos su patriarchatu taktikai. Malonumas ir aktualumas nebūtinai, bet dažnai siejasi su galių didinimu, o šis ne visada pasireiškia veiksmais socialinėje aplinkoje – tačiau kartais taip atsitinka. Bet kuriuo atveju sukuriama tokių veiksmų galimybė arba padidinama jų tikimybė. Išaugusi valdinio savigarba yra taktinio ar netgi strateginio politinio pasipriešinimo prielaida.

4 SKYRIUS

Įžūlūs kūnai ir karnavalo malonumai

Pastaruosiuose dviejuose skyriuose aptarėme, kaip žmonės gali priversti kultūrines prekes tarnauti savo interesams ir jausti malonumą jas naudodami ir kurdami savo pačių socialinių tapatybių bei santykių reikšmes. Kiek šias subordinacijos reikšmes kuria patys valdiniai, tenkindami savo interesus, tiek jos oponuoja reikšmėms, propaguojamoms galių bloko ir jo ideologijos veikimo. Tačiau pasipriešinimas dominavimui gali įgyti daugybę pavidalų ir tik kai kurie iš jų produkuoja opozicines reikšmes.

Visai kitas pasipriešinimo tipas yra vengimas, socialinės kontrolės apėjimas, išsisukimas nuo sau ir kitiems primetamos drausmės, kurią turintieji galią primygtinai stengiasi įpiršti. Tai, kas nekontroliuojama, visados kelia potencialų pavojų, ir visados šaukiamasi drausminančių moralinių, teisinių ir estetinių galių. Ženklai, kad valdiniai tapo nekontroliuojami, gąsdina tvarką darančias galias (ar jos būtų moralinės, ar teisinės, ar estetinės), nes nuolat primena, kokia trapi ir kokia nekenčiama yra socialinės kontrolės sistema; tai rodo, kaip, tegu akimirką, išvengus socialinės kontrolės, gimsta laisvės jausmas. Kad ši laisvė dažnai pasireiškia besaikiu, „neatsakingu“ („griaunančiu“ arba „netvarkingu“ – būdvardžių atspalviai daug reiškia) elgesiu, liudija kasdieniame gyvenime patiriama tiek šių trikdančių liaudies jėgų gyvybingumą, tiek mastą ribojanti priespauda. Vengimo malonumai dažniausiai esti kūniški, o produkuojantys prieštaringas prasmes – protiniai.

šiame skyriuje noriu ištirti kai kuriuos būdus, kaip kūnas ir kūniški malonumai buvo – ir lieka – sritimi, kurioje kovoja galios ir jų vengimas, disciplina ir išsilaisvinimas: nors, atrodytų, kūnas tebėra labiausiai individuali mūsų buveinė, jis taip pat yra materialioji kūno politikos forma – klasinis, rasinis ir lytinis kūnas. Kova už kūno reikšmes ir malonumus (o drauge ir už elgseną) yra lemiama, nes kūnas – ta vieta, kurioje socialumas išraiškingiausiai pasirodo kaip individualumas ir kur politika gali geriausiai užsimaskuoti kaip žmogiškoji prigimtis.

Drausmės strategijos

Devynioliktojo amžiaus pradžioje industrializavimas ir urbanizavimas, be kitų dalykų, sukūrė visuotinai pripažintą klasinę diferenciaciją ir augančią baimę, kad ši diferenciacija sukels realią grėsmę buržuazijos galimybėms savanaudiškai kontroliuoti socialinę tvarką. Nieko nebuvo galima padaryti, kad ši grėsmė būtų panaikinta arba sušvelninta keičiant darbo sąlygas, nebent pertvarkyti visą kapitalistinės gamybos sistemą. Klasiniai skirtumai ir prieštaringi interesai neišvengiamai kilo iš darbo organizavimo būdo. Dėl to drausminanti buržuazijos energija buvo nukreipta į žemesniųjų sluoksnių laisvalaikį, kadangi laisvalaikio kaip opozicijos darbui reikšmė – tai dar vienas pramoninio kapitalizmo semiotinis produktas. Kaimo bendruomenėse ši opozicija nėra tokia ryški ir turi visiškai kitokias prasmes.

Atsirado dvi pagrindinės strategijos, kuriomis dominuojanti klasė siekė kontroliuoti valdinių laisvalaikį ir malonumus: tai represyvių įstatymų leidimas ir „vulgarių", nekontroliuojamų laisvalaikio pomėgių pasisavinimas, verčiant juos padoriais ir disciplinuotais.

Malcolmsonas (1982) išsamiai aprašo įstatymų leidimo strategijas, kuriomis tam tikri populiarūs malonumai buvo nuosekliai varžomi arba keičiami padoresnėmis versijomis. Šie liaudiški laisvalaikio leidimo būdai buvo arba žiaurūs – gaidžių kautynės, bulių pjudymas ir t. t., – arba karnavaliniai festivaliai – kasmetės sporto varžybos arba mugės. Šiuo atveju mane labiau domina ne su tuo susijusios teisinės ir parlamentinės procedūros, o kultūrinis matmuo, tai yra diskursai, kurių buvo griebtasi siekiant suteikti tam tikras prasmes šiems procesams, drauge atmetant kitas prasmes. Didžioji dauguma mėgstamų diskursų, kuriais buvo siekiama šitokios kontrolės, rėmėsi morale, teisėtvarka bei protestantiška darbo etika; nenuostabu, kad klasinio intereso diskursai buvo užgniaužiami, ir juos naudojo tik tie, kurie bandė priešintis šiam procesui. Malcolmsonas parodo, kokiu „natūraliu" būdu šie trys drausminamieji diskursai susivienijo, kad įdiegtų konkrečią kruvino sporto reikšmių aibę. Šį mano požiūrį įrodys penki devynioliktojo amžiaus rašytojų, žurnalistų ir parlamentarų kūrybos pavyzdžiai (cituojama pagal Malcolmson 1982: p. 37). Pirmosios dvi citatos kalba apie gaidžių kautynes ir gaidžių daužymą[1]:

(1) „Daugybę nelaimių ir nusikaltimų kaimiškuose Anglijos regionuose galima priskirti įtakai gaidžių kautynių, kurios daugelį pasiuntė į kartuves, o daugybę šeimų įstūmė į vargą ir elgetystę.

[1] Pramoga populiari tarp Anglijos neturtingųjų sluoksnių ligi XIX a. Gaidžių daužymas įvairiose vietovėse ir skirtingu laiku skyrėsi naudojamomis priemonėmis (akmenys, lazdos, vėzdai) ir tikslais (pataikyti į pririštą paukštį, trinktelti laisvai bėgiojančiam ir pan.) (*vert. past.*).

(2) „Visa, kas moraliai neteisinga, negali būti teisinga politiškai. Pabaisa, kuris nuolat ir su malonumu kankina bežadį sutvėrimą, nepajaus jokio sąžinės graužimo arba vos jo užuominą, kai aplinkybių verčiamas voš kuoka į galvą arba smeigs žudančius ašmenis į bendragenčio širdį.

Dvi kitos citatos – apie bulių pjudymą[2]:

(3) Seras Williamas Pulteney's pareiškė, kad šis sportas yra „žiaurus ir nežmoniškas", jis traukia draugėn veltėdžius ir netvarką keliančius asmenis; be to, jis atitraukia nuo darbo daugelį žmonių, kurie turėtų rūpintis savo pačių ir savo šeimų išlaikymu; jame yra daug keliančių netvarką ir žalingų ištvirkimo ir žiaurumo požymių.

(4) Seras Richardas Hillas nurodė, kad „vyrai, nepaisydami savo darbo ir šeimos pareigų, kiauras dienas praleisdavo stebėdami šiuos barbariškus renginius. Iš pjudynių lauko jie eidavo į smuklę, kur visą vakarą praleisdavo ištvirkaudami – taip pat, kaip praleisdavo visą savo dykaduoniavimo dieną".

O penktoji citata apibendrina visus šiuos rūpesčius:

(5) „Visi tokie liaudies protų polinkiai ir bandymai linksmintis žiauriais reginiais yra pavojingi ir tiek, kiek jais siekiama pažeisti viešąją rimtį bei tvarką, ir tiek, kiek jie tvirkina jaunus bei nemokslintus žmones, nes sunaikina jiems iš prigimties duotus geraširdiškumo bei užuojautos principus ir perverčia jų širdis priešingų vertybių link.

Pirmoji citata tiesiogiai perkelia „kaimiškųjų Anglijos regionų" skurdo priežastis nuo ekonominės sistemos, kuri pagimdė skurdą, į šios sistemos aukų praktikuojamas laisvalaikio leidimo formas. Tai – vienas ankstyviausių ideologinės strategijos kaltinti auką pavyzdžių. Antrojoje ir trečiojoje citatoje paviršiun iškyla beteisiškumo ir netvarkos baimė, atsispindinti įsivaizduojamuose pavojuose pavieniams individams, bet visiškai miglotoje grėsmėje visuomenei. Ir trečiasis, ir ketvirtasis pavyzdys rodo, kaip šie malonumai oponuoja produktyviam darbui (kurio prasmė, be abejo, visados reiškia vyrų darbu išlaikomas šeimas, ir niekad – darbu kuriamą buržuazijos pelną). O štai penktoji citata tiesiogiai susieja viešąją teisėtvarką su privačiąja (ir „natūraliąja") morale.

Mugės patyrė analogišką diskursinio drausminimo poreikį: miesto tarybos narys skundėsi, kad

vos ne ant maišto ribos susirinkusi vyrų ir moterų minia šoko ir žygiavo kelio viduriu, vienas kitą gašliai apsikabinę ir nepaisydami užtvarų. Jo

[2] Pririštų bulių pjudymas šunimis, tais laikais populiari pramoga (*vert. past.*).

manymu, tai nėjo į gera viešajai dorovei – o tai buvo pagrindinis jo dėmesio objektas (žr. Malcolmson 1982: p. 85.).

Drausminant šio diskurso uždavinys – paversti mylavimąsi ir šokius „maištininkų susirinkimu" – rodo baimę, kurią kelia socialinės kontrolės normą viršijanti populiarioji elgsena. Mugės, kurios ankstesniais laikais skatino tokį elgesį, buvo socialiai priimtinos todėl, kad atliko ekonomines darbo jėgos samdymo bei išpardavimo funkcijas. Bet toks pateisinimas išnyko, kai pagrindine mugių funkcija tapo populiariųjų malonumų teikimas:

Bet jei šios mugės ir turi bent mažiausią komercinę reikšmę, jos be abejonės ir neginčijamai sėja sąmokslus ir progas visoms baisiausioms dorovės ir visuomenės blogio formoms – girtuoklystei, kekšystei, plėšikavimui, tinginystei ir atsisakymui dirbti (žr. Malcolmson 1982: p. 34–35).

Ir futbolas (europinis variantas) susilaukė panašių bandymų jį kontroliuoti (tais laikais jis buvo žaidžiamas išilgai gatvės arba užmiesčio laukuose: skirti jam apibrėžtas ir kontroliuojamas vietas buvo sudėtinė kitų viduriniosios klasės strategijų dalis, siekiant populiariuosius malonumus ne slopinti, o prijaukinti ir reformuoti). 1860 metais Kingstono miesto taryba išgirdo nuomonę, kad reikėtų uždrausti Užgavėnių futbolo rungtynes, kadangi jos

sudaro kliūčių keliauninkams, labai papiktina taikius gyventojus, ardo viešąją tvarką ir pakerta miesto gyventojų moralę (žr.: Malcolmson 1982: p. 29).

Taigi moralės rečiau šaukiamasi siekiant uždrausti futbolą, o ne muges. Futbolo priešininkai dažniau pabrėždavo iš jo kylančią netvarką ir verslų trikdymą. Rungtynės Derbyje 1832 metais buvo kritikuojamos todėl, kad jos sutrikdė

bendruomenės veikliosios dalies profesinę veiklą. Tai per menka priežastis, kad reikėtų nutraukti visą verslą beveik dviem dienom vien tik tam, kad gyventojai galėtų pasimėgauti tokiu nenaudingu ir barbarišku sportu (žr. Malcolmson 1982: p. 29).

1865 metais Derbio meras paskelbė panašią ištarmę (reikia atkreipti dėmesį, kad tokie žodžiai kaip *blogis* ar *ydingumas* parodo, kaip lengvai moralės diskursas gali tapti pagrindu ekonominiam diskursui, maskuodamas jo klasinę prigimtį ir jį universalizuodamas):

ankstesniais laikais, kai mieste tebuvo vos keletas gyventojų, žaidimo nelydėjo dabartinis blogis, bet dabar turime tvirtų faktų, kad dėl šių kasmetinių pasirodymų daug gyventojų patyrė nemaža žalos, tiek asmeniškai, tiek turtiškai; jis pats žino pavyzdžių, kai namų, ypač didesnių,

savininkai patirdavo nuostolių, nes trūkdavo galinčių mokėti tinkamą mokestį nuomininkų dėl to, kad bendrovės, kurios kitomis sąlygomis išleistų tūkstančius plėtodamos verslą mieste, pasitraukė iš jo arba atsisakė čia įsikurti, nes nenorėjo, kad jų šeimos nariai keltųsi į šią vietą, manydami, kad Derbis yra viena blogiausių ir ydingiausių vietovių visoje karalystėje (žr. Malcolmson 1982: p. 30).

Klasinė tokio diskurso prigimtis atsiskleidžia dvejopai: pirma – tai paternalistiniu tonu, kuriuo reiškiamas rūpestis dėl žemesniųjų sluoksnių moralės, „tvirkinamo poveikio tarnams, parankiniams ir kitiems neatsargiems žmonėms“ (žr. Malcolmson 1982: p. 33). Antra – tai gynimas viduriniosios ir aukštesniosios klasės laisvalaikio leidimo, kuris atidžiau pasižiūrėjus gali pasirodyti esąs visiškai toks pat kaip neteisėtais skelbiami žemesniųjų klasių pomėgiai. Richardas Martinas parlamente šį skirtumą grindė tokiais naiviai akivaizdžiais argumentais:

Jo nuomone, visų rūšių medžioklė yra visai kitokio pobūdžio pramoga. Daugelis džentelmenų, mėgstančių taip leisti laisvalaikį, vieni pirmųjų parėmė įstatymo dėl žiauraus elgesio su gyvūnais uždraudimo projektą. Jis teigė, kad „tie, kurie medžioja savo pačių valdose ar žvejoja savo pačių upokšniuose, yra visai kitokie žmonės“. Jis pažinojęs pačių humaniškiausių žmonių, kurie užsiima tokios rūšies sportu (žr. Malcolmson 1982: p. 36).

Malcolmsonas pateikia daug sakančią citatą, kurioje įrodinėjama, kad aukštesniųjų klasių „medžioklės sportus“ (netiesiogiai priešinant žemesniųjų klasių „kruviniems sportams“) gali pateisinti Dievas ir gamta.

[Mes] esame priversti tikėti, kad išmintingiausioji Apvaizda suteikė tas savybes žmogaus prigimčiai, šuns instinktams ir netgi greitojo kiškio gudrybėms, neretai dovanojančioms jam progą išsisukti nuo persekiotojų arba juos pralenkti, kad suteiktų tam tikrą pateisinimą šios rūšies užsiėmimams. Tai, kad žmonės turi stiprų polinkį medžioklei, kuris daugeliui pasireiškia kaip nevaldomas instinktas, akivaizdžiai rodo Dievybės intenciją ne tik leisti, bet ir skatinti tokius veiksmus. Čia, kaip ir bet kur kitur, galime įžiūrėti išmintį ir dorybę (žr. Malcolmson 1982: p. 38–39).

Stedman-Jonesas (1982) nurodo panašią devynioliktojo amžiaus Londono populiariosios kultūros plėtros dinamiką. Jis taip pat pabrėžia darbo ir laisvalaikio opoziciją ir alaus baro bei miuzikholo svarbą populiariajai kultūrai. Abiem atvejais šaukiamasi moralinio pasmerkimo ir reikalaujama įstatymų kontrolės, abi įstaigos laikomos girtuokliavimo, prostitucijos ir chuliganizmo lizdais.

Visu šiuo laikotarpiu galima atsekti nuoseklų kultūrinį braižą. Buvo pripažįstama, kad populiarieji malonumai yra už socialinės kontrolės ribų, todėl kelia jai

grėsmę. Dėl to, kad buvo nesuvaldomi, viduriniosios klasės juos suvokė kaip amoralius, dezorganizuojančius ir ekonomiškai nepateisinamus. Šios socialinės grėsmės buvo lokalizuojamos individe. Proletaro kūnas tapo individualiu kūnu. Taip kūno malonumai ir nesaikingumas – girtuoklystė, seksualumas, tinginystė, akiplėšiškumas – tapo grėsme socialinei tvarkai. Individualaus kūno malonumai kėlė grėsmę kūno politikai. Ši grėsmė ypač baugina, kai į malonumus įsitraukiama nesaikingai, tai yra kai jie peržengia socialinę kontrolę turinčių klasių pripažįstamas tinkamas ir natūralias ribas; kai jie ištrūksta iš socialinės kontrolės ribų ir, susilieję su klasiniais interesais, įgauną radikalų ar net ardomąjį potencialą. Buržuazija gali kreivai žiūrėti į aristokratų girtuoklystę arba seksualinį palaidumą, bet šios ydos nelaikomos socialiai pavojingomis, todėl jų nereikia slopinti priemonėmis, kurios tokiomis pačiomis aplinkybėmis naudojamos žemesniosioms klasėms. Nežaboti malonumai visada kelia grėsmę socialinei kontrolei, bet kai tuos malonumus atranda pavaldžiųjų grupės (nesvarbu kokiu – klasės, lyties, rasės ar kuriuo kitu požiūriu), grėsmė pasidaro ypač akivaizdi, ir drausminamosios ar netgi represinės priemonės tampa beveik neišvengiamos.

Tokia drausminamoji veikla nebuvo vien tik represinė. Kaip nurodo Merceris (1983), karalienės Viktorijos epochos žmonės tiek pat rūpinosi produkuoti malonumus, kiek ir juos drausti, tačiau tą procesą sudarė malonumų apibrėžimo bei pozicionavimo pokyčiai ir reguliavimas. Konkrečiai jis teigia, kad Viktorijos epochos žmonės

> *stengėsi perkelti malonumus iš masinio veiksmo vietų (mugių, futbolo rungtynių su nevaldomais žaidėjais, kone virstančių riaušėmis karnavalų) į privačios ir individualizuotos veiklos vietas* (p. 89).

Subordinuotųjų klasių malonumų produktyvios, nors ir paternalistinės, kontrolės priemonės dažniausiai pasireikšdavo bandymais primesti viduriniųjų klasių laisvalaikio leidimo prasmes bei elgseną žemesniųjų klasių laisvalaikio pomėgiams. Buržuazija laisvalaikio leidimui mėgino taikyti tokią pat kontrolę, kokia buvo taikoma darbo sąlygoms. Čia nenoriu išsamiau visko dėstyti, tik pažymėsiu, kad ši strategija buvo įgyvendinama trimis pagrindinėmis kryptimis: mėginta kontroliuoti prasmes ir elgseną, siejamą su šventėmis, kultūra ir sportu.

Antagonistinės socialinės jėgos, besivaržančios mugių, kuriose populiarieji malonumai priešinami respektabilumui ir drausmei, klausimu, taip pat kovoja dėl šventadienių ir jų leidimo būdų. Pamažu moralės, blaivybės ir tvarkos labui draudžiamos mugės buvo keičiamos oficialiomis valstybinėmis šventėmis. Akivaizdu, kad turėta vilties, jog taip atsiradusi „oficiali šventė“ pagal apibrėžimą labiau paklus drausmei negu populiari šventė, kurios motyvacija kyla iš apačios.

Oficialiosios šventės reiškė poilsį ir padėjo įsigalėti darbo etikai. Šia prasme šventę galima suprasti tik kaip atpildą darbštuoliams, pratęsiant jiems atlyginimo už darbo principą į poilsio sferą, arba kaip poilsį darbininkams – laiką, per kurį jie

turėtų atgauti jėgas ir pasiruošti produktyviau dirbti grįžus į gamybą. Kita vertus populiariosios šventės reikšmės siejosi su karnavališku vadavimusi nuo darbo drausmės ir teisėtu pasinėrimu į malonumus, kuriuos slopina kasdienis gyvenimas. Tai – esminis poilsio ir išsilaisvinimo skirtumas.

žinoma, buržuazija skatino poilsio reikšmes ir kūrė jas gaminančias organizacijas. Fabrikų savininkai savo darbininkams organizuodavo laisvalaikio išvykas, o blaivybės draugijos suteikdavo atostogas nusipelniusiems darbininkams kartu su šeimomis – jose nebuvo net užuominos į alkoholinius ar kitokius išlaisvinamuosius malonumus.

Pajūrio kurortuose poilsio ir išsilaisvinimo skirtumas buvo jaučiamas kaip iškylautojo ir poilsiautojo skirtumas. Geležinkeliais buvo galima masiškai gabenti žmones – tai būtina kurortų plėtros sąlyga, bet jie lygia greta teikė iškylavimo galimybę, kad didžiausias žmonių skaičius galėtų keliauti mažiausiomis kelionės (ir patogumų) išlaidomis. Pigios ekskursijos bilietas leisdavo darbininkų klasės atstovams apmokėti savo atostogas ir, tokiu būdu jas „įsigijus", kontroliuoti jų reikšmes, o kartu išvengti iš viršaus suteikto ir kontroliuojamo poilsio disciplinos.

Waltonas (1982) įrodė, kad Blekpulas plėtojo savo politiką ir augo taip, kad suderintų prieštaravimus tarp iškylautojo siekiamo išsilaisvinimo ir poilsiautojo ieškomų pramogų. Kiekvienam buvo suteiktos skirtingos pramogos: atrakcionai ir pramogų palapinės vieniems, o koncertai žiemos soduose ir pasivaikščiojimai krantinėmis – kitiems. Ilgainiui Blekpulas tapo dviem miestais arba bent jau vienu miestu iš dviejų dalių: viena – populiariąja, o kita – respektabiliąja. Kiti kurortai taikėsi į vieną arba į kitą rinką, tapdami arba buržuazijos ramybės prieglobsčiu (kaip, pavyzdžiui, Frintonas prie jūros), arba vulgarių darbininkų klasės atrakcionų aikštelėmis (kaip greta esantis Klaktonas prie jūros).

Analogiškos jėgos veikia ir pramogų versle. Per visą devynioliktąjį amžių Londono darbininkų klasės akyse augo miuzikholų populiarumas:

> *Miuzikholai atstojo mažuosius darbininkų klasės malonumus... Jie vadovavosi požiūriu „truputis to, kas tau patinka, yra naudinga". Miuzikholai galbūt buvo vienareikšmis Londono darbininkų klasės atsakas į viduriniųjų klasių veidmainiškumą* (Stedman-Jones 1982: p. 108.).

Miuzikholo siejimas su darbo klasės malonumais, chuliganizmu ir prostitucija pavertė jį neišvengiamu socialinės kontrolės taikiniu. Socialinės kontrolės strategijos buvo įvairios: nuo pastangų pakeisti miuzikholus respektabiliais „varjetė rūmais" iki bandymų juos drausti, cenzūruoti ir kontroliuoti įstatymais. Nors iš esmės tai buvo darbininkų klasės kultūra, kurioje buvo gyvi viduriniosioms klasėms pavojingi elementai, ji vis dėlto išlaikė patrauklumą kai kuriems nariams tos klasės, regis, keliama grėsmė. Viduriniųjų ir aukštesniųjų klasių atstovai lankėsi respektabiliuose muzikholuose, kad susitiktų su darbininkų klasės moterimis: klasėms ir

lytims maišantis miuzikhole, jis tampa žemesniųjų klasių moterų (artisčių arba prostitučių) darbo vieta, bet kartu ir poilsio vieta aukštesniųjų klasių vyriškiams. Todėl nenuostabu, kad jei tokie veiksmai patraukdavo socialinės disciplinos sergėtojų dėmesį, kliūdavo moterų darbas, o ne vyrų laisvalaikis.

Miuzikhole, kaip ir Blekpule ar mugėse, visados atsirasdavo socialinei kontrolei priešiškos jėgos populiariųjų ardomųjų malonumų pavidalu. Marie Lloyd, kuri labiau negu kuris nors kitas atlikėjas ar atlikėja išreiškė šiuos malonumus tiek savo „nepadoriomis" dainomis, tiek savo iššaukiamu „palaidu" gyvenimo būdu, tapo įkūnyta šių viena kitai oponuojančių socialinių jėgų kovos arena. Nepaisant milžiniško populiarumo, ji buvo vienintelė ryški miuzikholo žvaigždė, kuri niekada nepasirodė jungtiniame koncerte, surengtame karaliaus įsakymu, ir bent jau vienu atveju akivaizdžiai pademonstravo respektabilumo ir populiarumo priešpriešą:

> *Netoliese „Palaso" teatro, kuriame Jungtinis koncertas tęsė ilgai trunkančią nuobodybės tradiciją, Marie surengė savo pačios šou. Ištikimi gerbėjai sugrąžino Jungtinio koncerto bilietus ir nuėjo žiūrėti Marie. Ji buvo reklamuojama kaip „komedijos karalienė", į programą įtraukusi naujų dainų. Afišos gatvėse buvo apklijuotos juostelėmis, kurios skelbė: „Kiekvienas Marie Lloyd pasirodymas – tai koncertas, surengtas Britanijos Publikos įsakymu"* (Archer ir Simmonds 1986: p. 19).

Skirtumas tarp vulgarybės ir respektabilumo populiariuosiuose pasilinksminimuose buvo juntamas ir JAV. Allenas (1977) atskleidžia, kaip vystėsi vodevilis, kol tapo respektabilia burlesko forma, ir kaip to respektabilumo buvo siekiama, patraukiant ir užtikrinant viduriniosios klasės moterų ir jų šeimų klientūrą. Devynioliktojo amžiaus pabaigoje atsiradus universalinėms parduotuvėms, atsirado ir pirmoji vieša erdvė, kur moteris galėjo teisėtai ir saugiai pasirodyti be vyro palydos – ir ji netruko tuo pasinaudoti. Dešimtojo dešimtmečio pradžioje pagrindiniame Niujorko parduotuvių rajone buvo atidaryti „Proktoro pramogų rūmai" („Proctor's Pleasure Palace"). Jie vykdė naujovišką politiką ir be pertraukos rodė vaidinamosios vodevilius, kad apsipirkusios gretimose parduotuvėse moterys galėtų tiesiai užeiti į teatrą. Tad pirkimo jungimas su pramogomis, kaip išlaisvinimas iš namų ruošos erdvės, atsirado gerokai anksčiau negu parduotuvių galerijos, kurios šią tradiciją tęsia ir dabar (žr. *Reading the Popular* 2 skyrių).

Viduriniosios klasės pastangos įtraukti į savo vertybių sistemą kitų klasių laisvalaikio kultūrą neapsiribojo žemesniaisiais sluoksniais: aukštesniųjų klasių kultūra taip pat tapo jų taikiniu, siekiant išplėsti kultūrinę kontrolę visai socialinei santvarkai. Tapybą ir muziką, anksčiau buvusias aukštesniųjų sluoksnių monopoliu, ėmė savintis viduriniosios klasės. Todėl matome, kaip devynioliktajame amžiuje dygsta viešosios menų galerijos, muziejai ir koncertų salės, – dažniausiai šios patalpos architektūriškai imituoja aristokratijos rūmus arba salonus. Taip pat

atsiranda viešieji parkai, kaip viešajai publikai prieinami privačių parkų žemvaldžių dvaruose variantai. Buržuazijos pasisavinta aukštesniųjų klasių kultūra, bent jau retorikos lygiu, tapo prieinama visiems, įskaitant proletariatą. Vis dėlto teko mokėti įsisavinimo kainą: ne pinigais (nes dauguma šių populiariosios kultūros institucijų buvo nemokamos), o ideologiškai – įėjimo bilietu tapo viduriniosios klasės vertybių, perteikiamų tų institucijų švietimo ir tobulinimo funkcijos, priėmimas. Populiarųjį malonumą teko palikti prie impozantiškų muziejų ir galerijų įėjimų: jam nebuvo vietos marmuru puoštose iškilmingose menėse. Iki dvidešimtojo amžiaus pabaigos šios kultūrinės institucijos, nepaisant architektūros permainų, nedaug tepasikeitė. Kitoje knygoje (Fiske ir kt., 1987) aš ir kolegos įrodinėjome, kad meno galerijų planavimas ir apsaugos tarnybų jose išdėstymas papildė aristokratijos ir religijos prasmes banko ar Fort Knokso[3] konotacijomis, kaip ir tinka visuomenei, kurioje investicijos į meną neatskiriamos nuo jo estetinės bei dvasinės vertės.

Ir sportas buvo laisvalaikio sritis, kurią buržuazija siekė kolonizuoti. Sporte taisyklės ir jų pažeidimai visada balansuoja ties pavojinga riba – tiesą sakant, daugelyje sporto rungčių tikslo siekiama iki kraštutinės ribos praplečiant taisyklių interpretavimą, žaidžiant ant jų pažeidimo ribos. Nestabili pusiausvyra tarp tvarumo ir kontrolės galių bei ardomųjų netvarkos galių, neapsiriboja vien pačiais sporto žaidimais – ją galima pastebėti ir jų socialinėse funkcijose, ir oficialiose organizacijose. Tam tikros sporto šakos, pavyzdžiui, lengvoji atletika ir šaudymas iš lanko, kyla iš socialinio naudingumo – taip tobulinami kariniai įgūdžiai; tačiau kitos, pavyzdžiui, futbolas ir boksas, yra liaudiškesnės kilmės. Jos siūlo išsilaisvinimą tiek, kiek ir pramogą, ir akivaizdžiai leidžia netvarkos jėgoms pasireikšti tiek pat, kiek tvarkos jėgoms. Tad nenuostabu, kad futbolo rungtynės šiuolaikinėje Europoje gali tapti netvarkos židiniais, o lengvosios atletikos pirmenybėse to neatsitinka; taip pat nenuostabu, kad bokso varžybose pasitaiko nesportinio, o dažnai ir teisę pažeidžiančio elgesio – ko nebūna, pavyzdžiui, tenise.

Cunninghamas (1982) parodo, kaip nuosekliai per visą devynioliktąjį amžių viduriniosios klasės stengėsi primesti sportui savo etines vertybes ir organizacines formas. Pavyzdžiui, futbolas ir kriketas buvo „atplėšti" nuo savo populiariosios prigimtinės netvarkos, tapo organizuoti bei respektabilūs, virto jaunų džentelmenų, o kartu ir visos tautos charakterio grūdinimo priemone. Šią strategiją, kaip ir visas kontrolės strategijas, sėkmė lydėjo tik iki tam tikros ribos, o santykinę jos nesėkmę liudija tai, kaip sportas pasidalijo pagal klasinius požymius. Pavyzdžiui, regbio sąjungoje žaidė džentelmenai mėgėjai, o regbio lygoje – iš darbininkų kilę profesionalai. Futbolą trumpam buvo pasisavinę turtingi sportą mėgstantys džentelmenai, bet vėliau jį susigrąžino tie, kuriems futbolas reiškia griaunančius

[3] JAV aukso rezervų saugykla.

pavaldžiųjų malonumus. Irklavimas, iš pradžių buvęs valtininkų lenktynėmis, prarado savo populiariąsias ištakas bei patrauklumą ir šiuo metu egzistuoja tik kaip buržuazijos sportas su jos tvarka ir etinėmis vertybėmis. Boksas ir imtynės dar labiau priešinosi tokio pobūdžio kontrolei: šią kovą aiškiai rodo skirtumai tarp „švariųjų" mėgėjiškų variantų, kultivuojamų universitetuose, vaikų sporto klubuose bei olimpinėse žaidynėse, ir „purvinesnių", populiariųjų profesionalių variantų. Bandymai kontroliuoti ir organizuoti profesionalųjį boksą, pritaikant jį prie viduriniajai klasei suprantamų sportinės kovos etinių vertybių, buvo sėkmingi, bet trapūs laimėjimai – tai matyti iš to, kad profesionalusis boksas liko labai panašus į mėgėjiškąjį. Tačiau su imtynėmis atsitiko kitaip – čia viduriniųjų klasių etosas neįstengė taip sukontroliuoti profesionaliojo sporto, kad net tenka abejoti, ar buržuazinis „sporto" terminas čia iš viso tinka. Galbūt reslinge – profesionalų imtynėse, kaip jokiame kitame „sporte", netvarkingi populiarieji malonumai įgauna laisvą ir viešą išraišką. Cunninghamas (1982) taip pat užsimena apie nors lygiagrečią, bet skirtingą kontrolės strategiją: viduriniosios klasės, mėgindamos perimti jau egzistuojančias sporto šakas, greta jų kuria naujas – tenisą, alpinizmą, slidinėjimą, kur savo etines vertybes gali daiginti neplėštuose dirvonuose. Čia jos tarpsta nekonkuruodamos su darbininkų klasės piktžolėmis.

Sparčią veiklios viduriniosios klasės raidą lydėjo taip pat greitai augančio proletariato baimė ir žymėjo nuolatiniai bandymai vis labiau kontroliuoti valdinius ne tik darbo vietoje bet ir laisvalaikio metu. „Nekontroliuojamos" populiariosios kultūros sritys buvo atmetamos kaip keliančios pavojų visuomenės stabilumui ir moralinei (arba fizinei) sveikatai. Todėl populiarieji malonumai buvo skelbiami „asocialiais", ir jų atžvilgiu buvo galima teisėtai taikyti visas drausminamąsias ir represines galias. Tačiau galios pralaimėjo. Žmonės vis viena prisigerdavo ir triukšmaudavo, iškylautojai reikalaudavo ir gaudavo savo vulgarių karnavalo malonumų, sporte buvo atkakliai laikomasi netvarkos tradicijų, o populiarieji pasilinksminimai išliko vulgarūs, įžūlūs, besaikiai ir apskritai neskoningi.

Populiarieji malonumai veikia per kūną ir jaučiami arba išreiškiami kūnu, todėl kūno prasmių ir elgesio kontrolė tampa pagrindine drausminamąja priemone. Televizoriuje stebimos profesionalų imtynės (reslingas) yra kaip reta geras pavyzdys teksto, kuriame galima nagrinėti drausmės bei socialinės kontrolės ir netvarkos bei populiaraus malonumo galių žaismą, išreiškiamą imtynininko kūnu. Šiuo atveju televizija bene labiausiai priartėja prie žiūrovams siūlomų įžūlių karnavališkų kūno malonumų.

Karnaviškumas

Monografijoje apie Rabelais Bachtinas (1968) plėtoja karnaviškumo teoriją, ja bandydamas paaiškinti skirtumus tarp gyvenimo būdo, primetamo disciplinuotos socialinės tvarkos, ir priespaudą kenčiančių žmonių slopinamų malonumų. Rabelais pasaulyje vyraujantis nepasotinamas kūniškumas ir jo priešinimas įsigalėjusiai socialinei tvarkai atspindi viduramžių karnavalo elementus: ir viena, ir kita siejasi su kūniškais malonumais kaip opozicija moralei, drausmei ir socialinei kontrolei.

Bachtino nuomone, karnavalą apibūdina juokas, saiko neturėjimas (ypač visame, kas susiję su kūnu ir jo funkcijomis), neskoningumas ir įžūlumas bei degradavimas. Rabelais išraiškos priemones ir stilių lėmė dviejų kalbėjimo būdų susidūrimas: iškilmingos, aukštai vertinamos klasikinio išsilavinimo kalbos, puoselėjamos politinių ir religinių galių, ir žemosios liaudiškos kalbos. Karnaviškumas ir yra šios sandūros rezultatas; jis tampa priesaku „žemesniųjų" galioms neužleisti savo teisių į vietą kultūroje. Karnavalas sukuria „kitą pasaulį ir kitą gyvenimą už oficialumo ribų" (Bakhtin 1968: p. 6), pasaulį, kuriame nelieka rangų ar socialinės hierarchijos.

> *Karnavalas šventė laikiną išsivadavimą iš vyraujančios tiesos, kurią įtvirtino nustatyta tvarka; jo metu buvo naikinamos bet kokios hierarchijos, privilegijų, normų ir draudimų ribos* (p. 10).

Jo paskirtis buvo išvaduoti, atpalaiduoti kūrybingą ir žaismingą laisvę,

> *įšventinti kūrybingąją laisvę... išsivaduoti nuo vyraujančios pasaulėžiūros, nuo formalumų ir pripažintų tiesų, nuo šablonų, nuo visuotinai pripažintų banalybių* (p. 34).

Karnavalo gyvenimas paklūsta tik „savo paties laisvės įstatymams" (p. 7). Karnavalas – perdėm išpūstas sportas, erdvė, kurioje žaidimo leistinos laisvės ir kontrolės taisyklės praplečiamos ir susilpninamos. Karnavale, kaip ir sporte, laikomasi tam tikrų taisyklių, kurios sukuria jo scenarijų, bet ne taip kaip sporte (kurio taisyklės siekia pakartoti socialinę tvarką) karnavalas tas taisykles traktuoja atbulai ir pasaulį verčia aukštyn kojom, kurdamas jo „išvirkštinę" struktūrą, kurioje „parodijuojamas nekarnavalinis gyvenimas" (p. 7).

Bennettas (1983a: p. 148) daro prielaidą, kad kvapą gniaužiantys ekstremalūs lunaparkų atrakcionai turi karnaviškumo elementų, nes jie apverčia aukštyn kojomis nekarnavalinėje realybėje egzistuojantį kūno ir mechanizmo ryšį:

> *Šių atrakcionų patrauklumą iš dalies galima paaiškinti tuo, kad atidavus kūną malonumui, užuot pajungus jį darbui, aukštyn kojom verčiamas įprastinis gamyboje vyraujantis žmogaus ir mašinos santykis.*

Tą patį būtų galima pasakyti ir apie vaizdo žaidimus, ypač tuos, kuriuose daromos mokėjimo nuolaidos: kuo labiau įgudęs žaidėjas, tuo mažesnis žaidimo savininko pelnas (žr. *Reading the Popular* 2 skyrių). Tokio pobūdžio atsipalaidavimas juntamas kūnu: intensyvus dėmesio telkimas vaizdo žaidimuose arba kūniškai juntamos fizinės perkrovos ekstremaliuose atrakcionuose sudaro galimybę atitrūkti nuo savojo „aš", atsipalaiduoti nuo socialiai sukonstruoto ir disciplinuoto subjektyvumo. Akimirksnį trunkantis kūno atsipalaidavimas nuo socialinių definicijų ir kontrolės, nuo tironijos subjekto, kuris kone visą laiką jame tūno – tai yra karnavališkosios laisvės akimirksnis, labai panašus į Barthes'o *jouissance*.

Karnavalo centre – kūnas, bet ne individo kūnas, o „kūniškumo principas", materialioji būtis, kuri pagrindžia individualybę, dvasingumą, ideologiją ir visuomenę, nes atsirado pirma jų. Jis išreiškia socialumą materialiu lygmeniu, kuriame visi yra lygūs; kuriame laikinai panaikinami normaliame gyvenime suteikiantys pirmenybę vienoms klasėms kitų atžvilgiu hierarchiniai rangai ir privilegijos. Karnavališkąjį degradavimą pažodžiui galima suprasti kaip visų jo dalyvių sulyginimą kūniškumo lygmeniu.

Rokas ir imtynės[4]

„Rokas ir imtynės" yra televizinis kūnų, taisyklių laužymo, grotesko ir degradavimo karnavalas. Barthes'as (1973) mums užsiminė, kad profesionalų imtynių kaip populiaraus spektaklio funkcijos apibrėžimas yra nepaprastai panašus į Bachtino vartojamą karnavalo apibrėžimą. Abu autoriai nurodo *commedia dell'arte*[5] kaip instituciškai įteisintą populiariojo spektaklio formą; abu nurodo jos polinkį į kūniškumą, nepasotinamumą, perdėjimą ir groteską; abu pažymi, kad reginio efektas yra vienas pagrindinių principų; abu teigia, kad imtynės ir karnavalas egzistuoja ties meno ir ne meno (arba gyvenimo ir ne gyvenimo) riba.

Bachtinas (1968: 5, p. 11) apibrėžia tris pagrindines liaudiškojo karnavalo formas:

(1) ritualinis reginys,

(2) komiškos (žodinės) kompozicijos – inversijos, parodijos, farsai, pažeminimai, profanacijos, komiški karūnavimai ir karūnos atėmimai;

(3) nešvanki kalba įvairiais pavidalais – keiksmai, priesaikos, liaudiškos oracijos.

---

[4] Skyriaus pavadinimas paimtas iš Hulko Hogano animacijos šou „Rock 'n' Wrestling" (1985), kuriame dalyvaudavo ir tikri profesionalūs imtynininkai.

[5] XVI–XVII amžiuje Italijoje populiari komedijos, kurioje naudojamos kaukes, atmaina.

Reginys reiškia perdėm išpūstą stebėjimo malonumą. Jis išpučia tai, kas regima, padidina ir iškelia į pirmą planą paviršiaus formą ir atmeta bet kokias gilumines reikšmes. Kai objektas tampa vien reginiu, jis jaudrina tiktai fizines pajautas – žiūrovo kūną, bet ne subjekto konstruktą. Reginys atpalaiduoja nuo subjektyvumo. Jis pabrėžia perdėtą pirmapradį kūno materialumą, kuris žymi ne ką kita, o tik savo *buvimą*. Barthes'as teigia, kad imtynininkų kūniškumas *sudaro* jų prasmę, Thauvinas[6] *nereprezentuoja* niekšybės ir blogio – jis pats *įkūnija* niekšybę ir blogį: jo kūnas, jo gestai, jo laikysena yra ir niekšybė, ir blogis. Imtynininkai „Roko ir imtynių" laidoje yra perdėtai kūniški, o jų atliekami ritualai taip pat yra perdėtai natūralūs – smūgis alkūne, susidūrimas įsibėgėjus, smūgis smakran iš viršaus, nokautas – visi tie judesiai įprasmina kūnų susidūrimą. Ritualų formos greičiau pabrėžia reginį, fizinę jėgą, o ne jų „naudingumą" siekiant laimėti: sugniaužto imtynininko nesugebėjimas krustelėti tampa „kančios reginiu" (Barthes 1973: p. 20), nes tai yra ne sportinio meistriškumo, o ritualinis aktas. Kaip sako Barthes'as, imtynininko užduotis yra ne laimėti ar pralaimėti, bet „tiksliai atlikti visus veiksmus, kurių iš jo tikimasi" (p. 16). Pralaimėjimo pažeminimas ir degradacija egzistuoja tik bejėgiame imtynininko kūne, o ne pralaimėjimui „prasmę" suteikiančioje moralinių ir socialinių vertybių sistemoje. Todėl ir publikai, ir „laimėtojui" leidžiama piktdžiugiškai triumfuoti ties pasliku kūnu, o dažnai net pasibaigus oficialioms varžyboms, paskelbus nugalėtoją, jis toliau puola ir žemina savo bejėgio priešininko kūną. Iš pralaimėjusio

> *imtynininko kūno nelieka nieko, išskyrus nenusakomą ringe tįsančią masę, kuri prašyte prašosi netylančių patyčių ir džiūgavimų* (Barthes 1973: p. 21).

Kova tarp Milžino Andrė ir Didžiojo Eržilo Džono[7] baigėsi Andrė „pergale". Bandis King Kongas, Didžiojo Eržilo liestinio reslingo[8] partneris, įsibrovė į ringą, atrodytų, apimtas nesutramdomo įtūžio, o tuo metu Eržilas staiga griebė Andrė už kojų ir permetė jį sau ant nugaros. Tada Bandis, plikagalvis nepriekaištingai baltos odos galiūnas, ėmė trankyti Milžiną, pakeliui nušluodamas nuo kelio teisėją. Komentatorius, nerdamasis iš kailio, linksmai klykavo: „Tai gėdinga, bjauru... kur teisėjas, teisėjau, daryk ką nors, netgi ko tau neleidžiama... Ne, jis nieko negali padaryti... jis niekaip nesustabdys Bandžio King Kongo, kuris maitoja Andrė... Pažiūrėkit į jo styrantį lūžusį krūtinkaulį!" (Iš pažiūros) sulaužytas Milžino Andrė krūtinkaulis tapo reginio įžymybe,

---

[6] Imtynininkas, aprašytas R. Barthes'o straipsnyje „Imtynių pasaulis" (Barthes 1973).

[7] Reslingo (profesionalų imtynių) dalyvių slapyvardžiai (*vert. past.*).

[8] Profesionalų imtynių variantas: dalyvauja grupė imtynininkų, kurie gali keisti vienas kitą, jei kovojantis ringe paliečia savo partnerį (*vert. past.*).

atskirta nuo realios visuomenės moralinių normų ir įstatymų pasaulio. Tai įprasmino patinimo ant gigantiškos Andrė krūtinės rodymas stambiu planu tiek imtynių, tiek ir po jų vykusio interviu metu.

Ankstesnėje dvikovoje buvo epizodas, kai Didžiojo Eržilo Džono treneris metė jam dideles žirkles, kuriomis jis grasino nukirpti Andrė plaukus. Abu ėmė kovoti dėl žirklių, kol Andrė, dantimis įsikibęs į riešą, galiausiai privertė Didįjį Eržilą Džoną jas paleisti iš rankų. Šalto žirklių plieno kontrastas prakaituotiems imtynininkų kūnams, aštrių dantų ir minkštos odos susidūrimo vaizdas dar labiau išryškino kovos kūniškumą, fizinį vyksmo lygmenį.

Karnavalinė inversijos ir parodijos forma čia taip pat aiškiai įžiūrima: visų pirma apverčiamas kontrolės ir griovimo santykis. „Žaidimo" taisyklės egzistuoja vien tam, kad būtų laužomos, o teisėjas – kad jo nebūtų paisoma.

Nuolatinis „Roko ir imtynių" personažas yra „Lordas Alfredas Heisas", skelbiantis porą „naujausių" žinių apie imtynininkus ir Pasaulinę profesionalų imtynių (reslingo) federaciją. Ir jo vardas, ir drabužiai, ir kalbos maniera parodijuoja tradiciškai įsivaizduojamą anglų aristokratą: jis yra karnavališka socialinių galių ir padėties metafora, tyčiomis išstatyta pajuokai. Socialinės taisyklės, kurias jis įkūnija, laužomos tuo pat metu, kai priimama jo teikiama informacija.

Taisyklės organizuoja visuomenę ir kasdienybę bei kontroliuoja mūsų suvokimą; jos nustato ne vien mūsų elgseną ir vertinimus, bet ir socialines kategorijas, kuriomis mes įprasminame pasaulį. Karnavale šios kategorijos, kaip ir pačios taisyklės, entuziastingai laužomos: imtynininkų treneriai susikauna ne rečiau negu patys imtynininkai; nedalyvaujantys oficialiai vykstančiose rungtynėse imtynininkai kišasi į kovą; virvių, skiriančių ringą (varžybų areną) nuo žiūrovų, nepaisoma, ir kautynės persimeta į salę, kur žiūrovai tampa dalyviais – ne vien apsižodžiuodami, bet kartais ir apsikumščiuodami.

> *Karnavalas nepripažįsta rampos šviesų – tai reiškia, kad jis nepripažįsta jokių ribų tarp dalyvių ir žiūrovų... Karnavalas – tai ne spektaklis, kurį žmonės žiūri: jie gyvena jame, ir kiekvienas jame dalyvauja todėl, kad jau pati jo idėja suvienija visus žmones* (Bachtinas 1968: p. 7).

Dalyvavimas gali būti įvairus: fizinis, kaip (neveiksminga) smūgių kruša imtynininkui ar pagalba priešininkui atsikelti nuo žemės, žodinis – skanduojami palaikantys ar smerkiantys šūkiai ir keliami plakatai; galiausiai simbolinis – mosuojama mylimą imtynininką vaizduojančia lėle ar vilkimos marškutės su jo atvaizdu. Televizijos kamera žaidžia su stebinčia dvikovas minia, kuri vaidina tiek pat kiek ir imtynininkai – neįmanoma kategoriškai atskirti, kas vaidina, o kas žiūri: visi vienodai gyvena šiame apverstame parodijų pasaulyje.

Profesionalų imtynės (reslingas) yra sporto parodija: jame perdėtai traktuojami tam tikri sporto elementai, kurių visuotinai pripažįstama prasme ir vertybėmis

normaliomis sąlygomis būtų galima ir suabejoti. šioje laidoje iš naujo atrandami ardantys socialiniai malonumai, kuriuos devynioliktojo amžiaus buržuazija taip įnirtingai siekė pasisavinti ir padaryti respektabilius. Sportuojantys individai ar komandos pradeda lygiomis sąlygomis ir tik po kovos tampa laimėtojais ar pralaimėtojais. „Roke ir imtynėse" *skirtumas* dažniausiai pabrėžiamas pradedant rietenas. Rietenos dažniausiai prasideda tuo metu, kai imtynininkas (ar jų pora) jau yra ringe, vilki įprastinę aprangą – marškinėlius ir kelnaites – ir vadinami kuo paprasčiausiais vardais – pavyzdžiui, Teris Gibsas. Tuo metu kamera peršoka prie besibraunančio per minią jo priešininko, vilkinčio egzotišką karnavalinį rūbą ir pasivadinusio groteskišku vardu – pavyzdžiui, „Laukinis vyriškumo įkūnijimas", „Milžiniška šieno kupeta" arba „Sąvartynų šuo". Kova vyksta tarp to, kas normalu ir nenormalu, tarp kasdienybės ir karnavalo.

„Rokas ir imtynės" nepripažįsta „garbingo žaidimo taisyklių". Jis yra *negarbingas*. Niekam nesuteikiama „sportiško žaidimo" galimybių, o kiekvienas, bandantis „kovoti garbingai", yra apgaunamas ir galiausiai pralaimi. Tačiau komentatoriai kaskart grįžta prie tų atmestųjų taisyklių kaip požiūrio, kuriuo turėtume matuoti vyksmą. Malonumą teikia ne varžybų garbingumas, o pražangos, kurios „turi būti ryškios" (Barthes 1973: p. 22).

Profesionalų imtynės yra teisingumo parodija, bet gal greičiau teisingumas čia įkūnijamas kaip galimas ir dažnas jo paties pažeidimas. „Natūralus" teisingumas, kurį puoselėja socialinė teisė, apverčiamas: nusipelnę gerieji dažniau pralaimi negu laimi. Blogieji nedorėliai triumfuoja – ne taip kaip daugelyje televizijos rodomų susidūrimų. „Groteskiškasis realizmas" čia virsta kontrastu „vyraujančiai teisybei", kurią idealizuoja socialinė tvarka – daugelio pavaldžių žmonių patirtis sako, kad neteisybė ir bjaurastis *iš tiesų* klesti, o „gerieji" dažniausiai nuspiriami šalin.

Sporte pralaimėjusi šalis nežeminama ir iš jos nesityčiojama, bet „Roko ir imtynių" laidose taip atsitinka ypač dažnai. Sporte pagarba „garbingai pralaimėjusiam" yra nugalėtojo garbinimo dalis, o profesionalų imtynėse (reslinge) „leidimas" blogajam laimėti taip pat leidžia jam pažeminti ir išniekinti pralaimėjusiojo kūną. Iš kone religinio žmogaus kūno ir asmenybės garbinimo sporte čia tyčiojamasi ir šventvagiaujama.

O šis kūnas beveik visada yra vyro. Kartais, labai retai, televizija transliuoja ir moterų profesionalių reslingo imtynes. Įdomu pažymėti, kad ne televizijos rodoma šių imtynių atmaina klubuose ir alaus baruose dažnai dar labiau išpučia patyčias ir pažeminimą, panardindamos kovotojas į šlapią, slidų purvą. Televizijos rodomame sporte šlovinamas vyro kūnas, jo tobulumas ir stiprybė, demonstruojant jį stambiu planu ir sulėtintai. Morse (1983) teigia, kad sulėtintas kadras, būdingas televizijai transliuojant sporto varžybas, bet daug rečiau vartojamas „Roko ir imtynių" laidose, sukuria didesnio, kartu ir galingesnio, vyro kūno įvaizdį, suteikdamas jam vos ne dvasiškos tobulybės grožį. Morse, sekdama Mulvey

(1975), teigia, kad vyrai skirtingai žvelgia į aktyvius vyrų kūnus negu į pasyvius moterų judesius. Šį vyrų požiūrį į vyriškumo demonstravimą ji skaido į dvi rūšis: pirmoji – tai noro pažinti skatinamas mokslinis žvilgsnis, kuriuo sublimuojamas vujerizmas ir kuriamas anksčiau slopintas homoerotinis malonumas; antroji – tai malonumas, kylantis iš sulėtinto vaizdo kartojimo, kurio ritmas siejasi su geismu. Tačiau moterys į tai žiūri skirtingai. Tradiciškai moteris yra nepageidaujamas žiūrovas (galima teigti, kad tuo jai suteikiamos didžiulės slaptojo žiūrovo galios), bet, anot Morse, sporto transliacijos erotizuoja vyro kūną tiek, kad jis gali tapti moteriško geismo ir malonumo objektu. Ji svarsto, ar neįvyko žymus poslinkis, trapioje pusiausvyroje tarp to, ką ji vadina „žaidimu ir reginiu" (p. 45). „Žaidime" į vyro kūną žiūrima siekiant išsiaiškinti, kokios yra žmogaus galimybių ribos, o „reginyje" jam toks alibi nesuteikiamas. Būtent šiame kontekste Morse cituoja Stone'o (1971) įspėjimą, kad komercija iš prigimties *kilnų žaidimą* verčia į iš prigimties *žemą reginį*; šiek tiek sardoniškai ji teigia, kad „akivaizdžiausias sporto degradavimo į reginį požymis – kiek tai rūpėjo Stone'ui – tai moterų dominavimas tarp žiūrovų" (Morse 1983: p. 45).

Gyvai stebinčių „Roką ir imtynes" žiūrovų auditorijos dalį sudaro daug labai dažnai emociškai aktyvių moterų (jų svarbą įteisino vienos kovos dalyvių vardai: Jautienos pyragas prieš Valentiną), todėl visai įmanoma, kad vyro kūno reginys moteriškosios lyties žiūrovei daro daug galingesnį įspūdį, negu mano Morse. Jos aprašomi malonumai, kuriuos teikia televizijos transliuojami sporto reginiai, demonstruojantys vyro kūną, rodo jį estetiškai ir erotiškai – kaip žavėjimosi objektą, kuris atitinkamai vis dar gali įprasminti dominuojančią patriarchato ideologiją.

Tačiau profesionalų reslingo imtynėse vyriškas kūnas nėra grožio objektas – iš jo kuriamas groteskas. Bachtinas (1968) teigia, kad groteskas siejasi su žemiškojo realizmo pojūčiu; tiesą sakant, jis kalba apie „groteskiškąjį realizmą". Grotesko realizmas priešpriešinamas „grožio estetikai" (p. 29), kuriai sporto požiūriu atstovauja tobulas grožis. Groteskiškasis kūnas yra „klasikinio, tobulo, užbaigto žmogaus kūno priešingybė" (p. 25): išgrynintas ir išlaisvintas nuo bet kokių socialinių kūno konstruktų ar vertinimų jis egzistuoja tik savo materialumu. Tobulasis kūnas yra užbaigtas, galutinai suformuotas socialinis kūnas, o groteskiškasis kūnas – nebaigtas ir beformis. Jo patrauklumas vaikams (kurių herojais tampa Neįtikėtinas Griozdas arba Misteris T.) iš tiesų gali būti paaiškinamas sąsajomis, kurias jie įžvelgia tarp groteskiškojo kūno ir savo pačių dar vaikiškų, nesusiformavusių kūnų. Groteskas permeta tiltą tarp jų kūnų neužbaigtumo ir suaugusio kūno galių. Taip pat galima įžvelgti prasmę tame, kaip augimo ir pokyčių procesai įkūnijami groteske – jis yra tiesiog priešingas tobulybės stagnacijai. Groteskas pagrįstai tampa prispaustųjų dialektinės šnekos dalimi.

Tokiu būdu groteskiškas vyro kūnas moterims teikia malonumų, kurie skiriasi nuo sporto teikiamų malonumų. Vyro stiprybės ir galios, įkūnytos bjaurumu ir

blogybe, stebėjimas nutolina jas nuo socialinių galių (*kalagathon*[9]) ir kuria prieštaringus patrauklumo ir pasibjaurėjimo malonumus. Šis jėgos perteklius kartu su jos grėsme atveria erdvę prieštaringo ir opozicinio vyriškumo interpretacijoms: kūnų groteskiškumas gali žymėti patriarchato bjaurumą, kurį švelnina tam tikri patrauklumo elementai. Šiokios tokios prasmės turi ir teiginys, kad žiūrovo vyro požiūriu toks groteskas jį išlaisvina nuo nepasiekiamai tobulo vyriško kūno vaizdinio tironijos, vyraujančios „normalių laidų" televizijoje. Profesionalų reslingo imtynių karnavalas tiek pat sėkmingai verčia aukštyn kojom ir televizijos, ir socialines normas.

Trečiąjį liaudiško karnavalo komponentą sudaro blevyzgos – keiksmai, priesaikos ir patyčios. „Roke ir imtynėse" blevyzgos esti ir verbalinės, ir neverbalinės, atliekamos, kaip sako Barthes'as, „pompastiškai" (kitaip sakant, „išpūstai") – gestais, povyzomis ar visu kūnu. Kūno kalba imtynininkai „keikia" vienas kitą, teisėjus ir žiūrovus, o žiūrovai lygiai taip pat keikia arba šlovina, kilnoja atitinkamus plakatus. Lingvistinių susitarimų nepaisymas akivaizdžiai yra „modifikuotas televizijai" taip, kad tiesioginės nešvankybės ar nepadorūs keiksmai nėra leidžiami, tačiau juodinantys ir įžeidžiantys žodžiai entuziastingai priimami. Per dvikovų pertraukas duodamuose interviu imtynininkai visų pirma šlovina save ir juodina varžovus. Blevyzgojama garsiai, priešinantis bendradarbiavimo kultūrai ir nedarant skirtumo tarp atlikėjo ir žiūrovų.

Bourdieu (1984), priešpriešindamas viduriniosios ir darbininkų klasės kultūras, nurodo panašius dalykus, t. y. skirtingą – aktyviai dalyvaujančio ar išlaikančio distanciją, – kūno vaidmenį jose. Trumpai tariant, viduriniosios klasės kultūrines normas ir padorų reagavimą apibūdina distancija ir kritiškas vertinimas. Buržuazinio kūno reakcija apsiriboja aplodismentais (nutolusi ir kontroliuojama tikrojo dalyvavimo žyma) bei retais „bis" šūktelėjimais (žodis svetima kalba ryškiai pabrėžia atsitolinimą). Antra vertus, darbo klasių kultūrinėse normose ryškėja intensyvus dalyvavimas žodžiu ir kūnu, emocingas pritarimas ir įsitraukimas į vyksmą. Valiavimai, patyčios ir visos kitos gatvinės kalbos formos bei jos „invazijos" į sporto areną ar sceną; pažodinė sportinio konflikto ringe ar aikštėje transformacija į socialinį konfliktą tribūnose ar praėjimuose; komandos, roko grupės ar žvaigždės atributų demonstravimas; aprangos stilius ir įvaizdžiai – visa įkūnija tai, ką Bourdieu vadina darbo klasių aktyvaus dalyvavimo kultūrinėse normose elgesiu, kurį jis priešpriešina viduriniųjų klasių vertinamajam elgesiui.

[9] *Kalagathon* – graikų idealas, siejantis tobulą vyro kūną su socialine ir politine galia (*vert. past.*).

Kūno kontrolė

Kūno kontrolė, kuria grindžiami profesionalų reslingo imtynių ir karnavalo principai, patraukia mūsų dėmesį, kai svarstome kūno politizavimą patriarchalinio kapitalizmo sąlygomis. Foucault (1978) išsamiai aprašė būdus, kuriais Vakarų visuomenės naudojosi kūnu kaip vieta, kurioje įtikinamiausiai pasireiškia socialinės galios. Kūnas – tai vieta, kurioje tiesiogine prasme įsikūnija galių sąlygoti socialumo ir seksualumo apibrėžimai, ir kaip pasekmė – vieta, kurioje disciplinuojamas ir baudžiamas nuokrypis nuo normos.

Todėl kūno drausminimas ėmė ypač daug reikšti devynioliktajame amžiuje, kai atsirado klasinio konflikto grėsmė, ir buržuazija ėmėsi teroro prieš proletariškąjį kūną ir jo populiariuosius kūniškus malonumus. Individo kūnas yra politiškojo kūno inkarnacija, todėl iš klasinio teroro kyla kūno teroras, o socialinės kontrolės mechanizmų plėtrą būtinai turi lydėti diskursyvioji praktika, kuria siekiama kontroliuoti kūno reikšmes ir elgseną.

Krikščioniškoji bažnyčia tradiciškai apibūdino kūną kaip velnio buveinę, kaip grėsmę dvasios tyrumui ir kontrolei ir konceptualizavo kūno ir sielos santykį kaip priešišką. Taip klasinė ir socialinė kūno kontrolė buvo perkelta į individo moralumo sritį. Ir, kaip buvo galima tikėtis, devynioliktojo ir dvidešimtojo amžiaus teisė ir medicina sudarė su religija sąjungą, siekiančią socialiai kontroliuoti individo kūną, drausminant jo prasmes ir elgseną.

De Certeau (1984) teigia, kad teisės įstatymai gali būti efektyvūs tik tuo atveju, kai jie taikomi kūnus turintiems žmonėms. Todėl teisės istorija tampa istorija priemonių, skirtų transformuoti abstrakčiajai teisės sistemai į socialiai priimtiną elgseną, tokių kaip kankinimų rūsiai, kalėjimų kameros, kaltinamojo narvas teismo salėje ir, savaime suprantama, kraštutinės priemonės – kartuvės, elektros kėdė arba kryžius:

> *Ir Kanto, ir Hėgelio manymu, apie įstatymą negali būti nė kalbos, jei jame nenumatyta aukščiausioji bausmė: tai reiškia, kad kraštutiniais atvejais kūno sunaikinimas žymi absoliučią įstatymo raidės ir normos galią – nors šis teiginys ir abejotinas. Bet kuriuo atveju išlieka taisyklė, kad įstatymas nuolat rašo save ant kūno* (p. 139–140).

Įrankiai yra priemonės, kuriomis įstatymas pasirašo ant kūno: pats savaime kūnas yra bereikšmis iki tol, kol įstatymas, socialinio drausminimo veikiančioji jėga, įtraukia jį į tekstą, kartu sprausdamas į socialinę tvarką. „Šis mechanizmas individualiuosius kūnus transformuoja į politinius kūnus“ (de Certeau 1984: p. 142).

Ir medicinos istoriją būtų galima perrašyti kaip istoriją jos įrankių, kuriais įteisinamos kūnui primetamos socialinės fizinės ir psichinės sveikatos normos.

Dėlės, peiliai, kraujo leidimo dubenys, vaistai, ligoninės, beprotnamiai – visa tai įrankiai, kurie „aktyviai veikia pjaustant, ribojant, formuojant kūną, nuolat siūlant tokiais būdais sukurti iš jo socialųjį kūną“ (p. 143). De Certeau šį procesą apibendrina kaip mechanizmą, transformuojantį socialinių galių teisę veikti kūną: visuomenės *logoso* įstatymas tampa kūnu, inkarnacija, o drauge toje visuomenėje egzistuojančių žmonių kūnai transformuojami į tų taisyklių žymiklius (signifikantus) „įtekstinimo“ procese.

Toks kūno inkarnavimas teisėje ir jo įtekstinimas vyksta ne vien pražangos momentais, nors juose pasireiškia aiškiausiai ir intensyviausiai, bet ir įprastuose kasdieniuose įvykiuose. Drabužiai, kosmetika, dietos laikymasis, pramankšta bėgiojant – visa tai yra kūno taisyklių inkarnavimo ir įtekstinimo priemonės. Gražaus ir negražaus, sveiko ir nesveiko, dailiai ir nedailiai apsirengusio, išpuoselėto ir nuvalkioto, raumeningo ir glebaus kūnų tarpusavio sandūra sudaro socialinius normos ir nuokrypio santykius, o drauge ir politinius santykius, skirtus įtvirtinti kūne tai, kas laikoma normalu esamos socialinės formacijos galingiesiems. Sveikatos prasmės yra socialios, o ne medicininės; grožio prasmės yra politinės, o ne estetinės: sveikata ir grožis yra vienodai socialiai politizuoti ir todėl tampa socialinių galių panaudojimo diskurso objektu. Leslie Stern (1981) pateikia gražų pavyzdį, kaip medicinos mokslai stengiasi sukurti diskursyvią pavaldžiųjų sluoksnių (šiuo atveju moterų) malonumų kontrolę ir paskelbti individo sveikatai žalingus malonumus, kurie ištrūko iš patriarchalinės kontrolės ir tuo būdu kelia jai grėsmę. Ji cituoja:

> *„Išgalvotų kūrinių skaitymas yra vienas žalingiausių įpročių, kuriuos gali pasigauti jaunoji moteris. Jei įprotis giliai užsifiksuos, jis taps tokiu pat žalingu kaip alkoholio arba opijaus vartojimas. Prisiekusi romanų skaitytoja yra tiek pat priklausoma kiek opijaus rūkytojas arba girtuoklis. Išgalvotos literatūros skaitymas griauna blaivios, pamokomos literatūros skonį ir perduoda nesveikus dirgiklius į smegenis, kurioms jų poveikis nepaprastai žalingas.*
>
> *Jei dar pridėsime, kad didelė šiuolaikinių populiariųjų romanų dalis daugiau ar mažiau tiesmukai aprašo tvirkinančius dalykus, kurie pateikiami patrauklia forma ir ypač užmaskuotai – taip, kad nuodijimo darbas gali būti užbaigtas dar nė nekilus įtarimui, kiekvienai rūpestingai motinai turi būti akivaizdu, kad jos dukras reikia akylai saugoti nuo šio žalos ir, galimas daiktas, žlugimo šaltinio. Mes norime griežtai pareikšti, jog esame tvirtai įsitikinę, kad romanų skaitymo įprotis yra vienas pagrindinių gimdos organų ligų šaltinių jaunoms moterims. Nekyla abejonių, kad proto įtaka lytiniams organams ir jų funkcijoms yra tokia didelė, kad gali sukelti ligas... Skaitymas tokio pobūdžio kūrinių, kurie žadina emocijas ir aistras gali sukelti arba sustiprinti kraujo priplūdimą į lytinius organus,*

o tai savo ruožtu gali sukelti daugybę ligų, tarp jų ir visokius iškraipymus, kurių apraiškos yra silpnas stuburas, skausmingos mėnesinės, baltosios ir t. t. ... Tūkstančiams moterų, kurių prigimtinė tyrumo meilė skatina šalintis ir bjaurėtis visko, kas bent kiek nemoralu, vis dėlto tenka skausmingai ilgus metus kovoti, kad išmestų iš savo minčių nešvarius vaizdus, kuriuos sukėlė tokio pobūdžio knygų skaitymas. Mes matėme atvejų, kai skausmingas ligas buvo galima tiesiogiai kildinti iš šio šaltinio. „Ladies Guide" [Vadovas moterims], Kellog, J.H., W. D. Conduit Co., Des Moines, USA, 1982.

Tirdamas kitą moteriškųjų malonumų šaltinį – muilo operą, Allenas (1985) – pateikia panašų pavyzdį, kaip patriarchatas naudojo mediciną moterims ir jų kūnams drausminti:

1942 metų kovą Niujorko psichiatras Louisas Bergas pareiškė Bafalo reklamos klube, kad muilo operų klausymas per radiją sukelia „aštrią nerimo būseną, tachikardiją, aritmijas, gausų prakaitavimą, tremorą, vazomotorinį nestabilumą, didina kraujo spaudimą, naktines baimes, galvos svaigimą bei žarnyno sutrikimus".

Išsamią analizę, kaip medicinos drausminamasis diskursas naudojamas šiais laikais, atliko Treichler (1987), apibūdindama AIDS kaip „prasmių epidemiją".

Žemesniosios socialinės ekonominės grupės moterims skirti žurnalai ištisai reklamuoja prekes, kurios padės joms keisti savo kūną ir juo įtekstinti dominuojančių socialinių vertybių normas. Gal ir keistoka, tačiau mažai pastangų dedama propaguoti lieknumą sveikatos požiūriu: lieknumo privalumai yra socialiniai ir individualūs – jūs geriau jaučiatės, pagerėja jūsų socialinis gyvenimas. Labiau į viduriniąją klasę orientuotuose žurnaluose sveikata gali būti pabrėžiama labiau, tačiau ir ji toliau siejama su socialinėmis prasmėmis – ji leidžia našiau darbuotis. Bėgimas ristele, pratybos ir dieta – tai priemonės, kuriomis darbo etika inkarnuojama individualiame kūne.

Todėl iššaukiantis storumas gali būti įžūlus rezistentiškas pareiškimas, kūniškas keiksmas. „Storumas yra feminizmo reikalas" (kaip Orbach teigia savo knygos antraštėje) kaip tik dėl to, kad juo atsisakoma patriarchiškumo inkarnacijos moters kūne: tuomet storumas gali tapti įgalinančiu pareiškimu. Labiau tikėtina, kad antsvorio (priešdėlis „ant" rodo santykinę, neesminę sąvokos prigimtį) turės bei „alugėrio pilvu" puikuosis fizinį darbą dirbantys vyrai („mėlynosios apykaklės"), o ne tarnautojai („baltosios apykaklės"). Klasių ir lyčių skirtumais grindžiamos socialinių galių normos įtekstinamos individualiame kūne taip pat kaip ir politiniame visuomenės kūne.

Vadinasi, daugelio imtynininkų vyrų bjaurumas yra klasinės šnekos forma, subordinuotųjų tarmė. Tačiau ši tarmė gali pasireikšti ir pasireiškia kitu pavidalu –

perdėtai atvirkščiai. Dabar daugelis imtynininkų tapo „kultūristais“, tai yra iš savo kūno kuria perteklinius *kalagathon* tekstus: „gero“ kūno normos išpučiamos tiek, kad viršija savo „oficialiąsias“ sveikatos ir efektyvumo funkcijas ir tampa spektakliu. Normų išryškinimas, užuot jas natūralizavus, gali būti potencialiai ardomasis semiotinis veiksmas: ideologinėje ir disciplinuojančioje veikloje efektyviausios yra natūralizuotos ir tapusios nepastebimomis normos. Tapdamas nepastebimu ir natūraliu, diskursas pasidaro įtikinamu; jo patikimumas mažėja tiek, kiek prasikiša diskursyvumas.

> *Diskurso* patikimumas – *tai, kas visų pirma verčia įtikėjusius veikti pagal jį. Jis kuria praktiškai veikiančiuosius. Priversti žmones tikėti – reiškia priversti juos veikti. Tačiau atsiranda įdomus nelogiškumas: gebėjimas priversti žmones veikti – rašyti kūno tekstus ir juos apdoroti – ir yra būtent tai, kas priverčia žmones tikėti. Kadangi įstatymas jau yra pritaikytas kūnui, „inkarnuotas“ kūniškuose įpročiuose, jis turi savybę įsigalioti ir versti žmones patikėti, kad byloja „realybės“ vardu. Jis save daro įtikinamą teigdamas: „Šį tekstą jums padiktavo pati Realybė“! Žmonės tiki tuo, kas, jų manymu, yra tikra, tačiau šią „tikrovę“ diskursui priskiria tikėjimas, kuris pasisavina į įstatymą įbrėžtą kūną. Įstatymui reikia iš anksto sukaupti kūniškąjį kapitalą, kad priverstų juo tikėti ir juo vadovautis veikiant* (de Certeau 1984: p. 148).

Nepaisant kūno drausminančio naudojimo inkarnuojant ir įtekstinant įstatymą, kūnas socialinei kontrolei išlieka visiškai nesaugi vieta, todėl visuomenė buvo priversta sukurti galingus visa apimančius mechanizmus jam pažaboti. Teorija sako, kad *jouissance* (žr. 3 skyrių) yra malonumo momentas, kurį kūnas patiria išsilaisvindamas iš socialinės ir kultūrinės kontrolės; jis atsiranda tuo metu, kai kultūra prasmenga prigimtyje, ir egzistuoja ant nestabilios ribos tarp jų. Jis dažnai išreiškiamas erotikos ir ekstazės metaforomis. Orgazmiškas *jouissance* malonumas yra kūno malonumas, kuris išvengia socialinės kontrolės ir todėl kelia jai grėsmę. Taigi šiam malonumui kontroliuoti buvo sukurtas ištisas „seksualumo“ mechanizmas. Tačiau malonumas nėra vienintelis „grėsmingas“ kūno gebėjimas: skausmas taip pat kelia grėsmę.

Skausmas yra svarbi priemonė, kuria į kūną įrašoma socialinė kontrolė: jis sukeliamas teisinėmis priemonėmis nukrypusiems nuo normų, o kaip atpildas jų besilaikantiems – šalinamas pasitelkiant mediciną. Profesionalų reslingo imtynių „kančių spektaklis“ iškelia skausmą iš socialinių teisės, medicinos ir moralės sferų ir daro iš jo kūniškų išgyvenimų reginį, *jouissance* – atvirkščiai. Sulaužytas Andrė krūtinkaulis yra skausmingai malonus vien dėl to, kad tai yra vaizdinga žyma, kūniškas pojūtis už teisės, medicinos ir moralės kontroliuojamų ribų. Tai – neįvardijamas akimirksnis, nes peržengia kūno įtekstinimo ribas:

Kūno įtekstinimas atitinka įstatymo inkarnaciją: jis pastarąją paremia, regis, netgi ją sukuria; bet kuriuo atveju jis jai pasitarnauja. Nes įstatymas juo naudojasi sakydamas: „Duokite man savo kūną, o aš jums suteiksiu prasmę, suteiksiu savo diskurse jums vardą ir žodį". Dvi situacijos viena kitą palaiko, ir turbūt įstatymas nė neturėtų galių, jei nesiremtų sunkiai suprantamu žmogaus troškimu iškeisti savo žemišką kūną ir kraują į šlovingąjį kūną – įrašytą, net jei tai reikštų mirtį, ir transformuotą į pripažintą žodį. Ir vėl vienintelė, jėga besipriešinanti šiai aistrai tapti ženklu, yra klyksmas, nukrypimas arba ekstazė, maištas arba pasprukimas to, kas kūne priešinasi įvardytojo įstatymui (de Certeau 1984: p. 149).

De Certeau daro išvadą, kad galbūt „visą patirtį, kuri nėra malonumo ar skausmo klyksmas, galima atgaivinti instituciškai" (p. 149). Profesionalų reslingo imtynių „kančių spektaklis" iš skausmo kuria socialinių normų inversiją, išsivadavimo iš normalumo akimirksnį, simbolišką pareiškimą noro išsivaduoti iš socialinės kontrolės, kurios įsibaiminusi socialinė sąranga jokiu būdu negali išnaikinti arba galutinai pažaboti. Todėl nenuostabu, kad skausmingos ir groteskiškos pramogos siūlo grėsmę keliančius nedisciplinuotus malonumus arba kad jos imamos diskursyviai kontroliuoti, suteikiant prieštaraujančias prigimčiai iškrypimo prasmes, kurias reikia taisyti arba slėpti, ir kad abiejų rūšių malonumai pabrėžtinai įtraukiami į socialiai nepageidaujamųjų kategoriją.

Panašiai Dyeris (1986) teigia, kad mūsų kultūroje įsigalėjusi individualaus kūno manija ir būdai, kuriais mes stengiamės jį įprasminti ir šitaip drausminti, yra buržuazinės ideologijos veiksmo išraiška: kūno seksualizavimas, jo estetizavimas ir socialinių normų bei nukrypimų sureikšminimas – visa tai skirta nuslėpti faktui, kad kūnas yra pagrindinis darbo jėgos tiekėjas kapitalizmui. Būtent daugumos kūnai uždirba pelną mažumai:

Atrodo, kad kūno problema yra pačios kapitalistinės sistemos pateisinimas. Kapitalizmo retorika tvirtina, kad viskas vyksta tik dėl kapitalo, nes kapitalas turi magišką savybę skatinti augimą. Tačiau taip nuslepiamas faktas, kad žmogaus darbas – o galiausiai žmogaus kūno pastangos – yra visa ko varomoji jėga. Kūnas yra „problema", nes jį visuotinai pripažinus tektų visuotinai pripažinti, kad jis yra ekonomikos gyvavimo pagrindas. Kaip mes organizuojame ir išnaudojame savo kūnų galimybes, taip produkuojame ir reprodukuojame pačią gyvybę (p. 135).

Bourdieu (1984: p. 384) vyriškame kūne taip pat įžiūri klasiniu pagrindu suvokiamas reikšmes: jis nurodo, kad vyrauja „populiarusis fizinės jėgos, kaip pagrindinio vyriškumo aspekto ir viso to, kas iš jo išplaukia („stiprūs" valgiai ir gėrimai, įtemptas darbas ir pratybos), vertinimas". Jis mums primena, kad

klasė, kuri, kaip darbininkų klasė, teturi vienintelį turtą – savo darbo jėgą, gali priešintis kitoms klasėms (jei neatsisako darbo) tik ugdydama savo kovines galias, kurios priklauso nuo jos narių fizinės stiprybės ir drąsos bei jų gausumo, t. y. nuo jų sąmoningumo ir solidarumo; kitaip sakant – nuo sąmoningo solidarumo supratimo (p. 384).

Bourdieu manymu, kūnas tampa vieta, kurioje materializuojasi darbininkų klasės sąmoningumas, – tai yra ypač stiprus ir perteklinis kūnas. Šis darbo klasės kūnas, stiprus ir vyriškas,

turbūt yra viena iš paskutiniųjų pavaldžiųjų klasių autonomijos prieglaudų, suteikiančių joms galimybę susikurti tobulo žmogaus ir socialinio pasaulio įvaizdį, kuriam graso visi bandymai neleisti darbininkų klasės identifikuoti su vyriškumu, o tai – vienas iš autonomiškiausių būdų įtvirtinti klasės tapatumą. Būtų pažeisti fundamentalūs klasinės tapatybės ir vienybės principai, glūdintys pasąmonėje, jeigu lemiamu santykio su kūnu klausimu pavaldžioji klasė imtų į save žiūrėti dominuojančios klasės akimis, tai yra – priimtų dominuojantį kūno ir jo naudojimo apibrėžimą (p. 384).

Įžūliai groteskiškas, nepaprastai stiprus kūnas perteikia klasinės sąmonės vertybes, nes politinės kūno reikšmės yra ypač svarbios. Individualus kūnas tampa klasiniu kūnu kaip proletariato pavergimo kapitalistinėje santvarkoje vieta; todėl fizinis kūnas, ypač savo groteskiškais, įžeidžiančiais, purvinais aspektais yra tinkama priemonė tos socialinės galios vengti, jai priešintis ir ją šokiruoti. Kūnas, kuris atsisako būti estetizuotas (nes estetika viso labo tėra klasinė drausminti galia, perkelta į grožio, simetrijos ir tobulumo metaforas), kultūriškai veikia ir kaip valdinių (bet ne pavaldumo) kalba, ir kaip priemonė dalyvauti valdomųjų kultūros formose. Viduriniųjų klasių išlaikoma estetinė kritiška distancija atitinka buržuazijos atsitolinimą nuo gamybinio darbo. Panašiai ir proletariškas kūno dalyvavimas kultūros formose atitinka dirbantį kūną kaip kapitalistinės gamybos šerdį.

Šių inkarnuotų socialinių santykių rasinį atspalvį galima matyti daugelyje populiarių naracijų (pasakojimų), kuriose veikia įvairių rasių poros ar komandos. Jose juodaodžiai (arba ne taip jau balti) paprastai veikia kaip komandos „kūnas“, ypač jeigu šis kūnas įgyja mechanišką automobilio ar lėktuvo pavidalo tęsinį. Pavyzdžiui, BA yra vairuotojas ir technikos ekspertas seriale „A komanda“, o TC – malūnsparnio pilotas „Magnum, P. I.“ seriale; Markas – Aironsaido vairuotojas (NBC seriale „Aironsaidas“). Analizuodamas kultūrinių reikšmių problemas, kurias Amerikos visuomenei iškėlė Paulas Robesonas, tamsią odą Dyeris (1986) susiejo su juodu darbu ir – galima tik apgailestauti – dar daug Amerikos visuomenės juodaodžių kartų nesugebės atsikratyti vergijos prasmių, nes juodaodžiai

buvo tiesiogiai pavergti tokios gamybos sistemos, kuri baltaodžių proletarų darbo išnaudojimą verčia gryna metafora. Juodaodžio kūnas įtekstina socialines prasmes, panašias į groteskišką baltaodžio kūną: reikšminga, kad Misteris T, vaidinantis BA „A komandoje", yra ir televizijos imtynininkas. Jo perdėtai išvystyti raumenys įkūnija ir juodumą, ir groteską, o kūnas vienu metu įtekstina ir rasines, ir klasines prasmes. Jis pabrėžtinai sieja savo nešiojamas auksines grandines su vergijos grandinėmis. Groteskiškas juodas kūnas netgi labiau negu baltas „byloja" apie subordinaciją.

Priešingai, sporte garbinamas tobulasis kūnas tampa depolitizuotu ideologiniu fizinio darbo kapitalistinėje santvarkoje šlovinimu. Todėl sportuojančio vyriškio kūnas tampa aktyviu hegemoniškumo veiksniu. Sportiškosios garbingo žaidimo ir visų dalyvių lygybės vertybės, pagarba pralaimėjusiam ir tinkamas nugalėtojo pagerbimas yra tobulojo kūno moraliniai atitikmenys ir reprezentuoja dominuojančią ideologiją, kuria demokratinis kapitalizmas save įteisina.

Tačiau jei sportas yra švarus, jei kapitalizmas yra švarus – tai profesionalų reslingo imtynės yra pergalingai ir įžūliai purvinos. Douglas (1966) nuomone, purvas yra netinkama materija, kelianti siaubą respektabiliai buržuazijai dėl to, kad jis demonstruoja trapumą konceptualių kategorijų, kurių pagrindu vyksta semiotinė ir socialinė neteisėtumą ir apgavystes įkūnijančių galių kontrolė. Purvas griauna ir kelia grėsmę socialinei kontrolei, nes jis skaido kategorijas, nuo kurių ta kontrolė priklauso.

Allenas (1987a) pateikia gražų ir tinkamą pavyzdį, kaip toks kategorijų laužymas tampa užgaulus. Jis primena, kaip keliuose Čikagos barų buvo pradėtos demonstruoti moterų imtynės „Jell-O" želė voniose, ir nurodo, jų keliamas grėsmes. Pirmoji grėsmė kyla vyriškumo kategorijai, kurią pasisavina moterys, perėmusios tradiciškai vyriškus vaidmenis; toliau kyla grėsmė sportiškumo kategorijai, nes tokioje slidžioje terpėje neįmanoma atlikti jokių atletiškų judesių. Dar didesnė grėsmė kyla, kai „maisto" kategorija atsiduria ten, kur paprastai vyrauja „purvas" arba „pliurza"; bet galbūt didžiausia grėsmė kyla pačiai prekei. Gamintojo atstovas spaudai pasiskundė, kad vien nuo minties, kad vyks „Jell-O" imtynės, jų prekės ženklą saugančius advokatus „ištiko pykčio priepuoliai".

Toks kūno naudojimas peržengiant normalias reikšmes kuriančias kategorijas pats savaime gali ir nebūti pažangus, tačiau jis gali potencialiai ardyti ir versti socialinę tvarką aukštyn kojom – šia galimybe pasinaudojo viena imtynininkė, šitaip aiškindama:

> *Moterų išlaisvinimo judėjimas atvėrė vartus „Jell-O" imtynėms... Moterys jose mato agresiją, tai, ko niekada anksčiau nedarydavo, o vyrai mano, kad jose yra viso labo kažkas seksualu. Man prireikė dvejų metų, kad įgyčiau agresyvumo tiek, kiek reikia gerai imtynininkei. Prieš tai aš*

niekam nebuvau sudavusi. Man teko išmokti agresijos, o moteriai tai labai sunku, nes mus mokė būti meilutėmis, saldutėmis ir lipšnutėmis. Mes tai darome dėl aštrių pojūčių. Tai toks adrenalino proveržis, tokia galybė (Allen 1987a: p. 3).

Švara yra tvarka – socialinė, semiotinė ir moralinė (galiausiai – vos ne dieviška), todėl purvas reiškia netvarką, yra nedisciplinuotas ir kelia grėsmę.

Kūnas yra „purvinas" savaime: iš visų jo angų išskiriamas purvas – tai materija, kuri peržengia savo kategorijos ribą, kuri neigia skirtumą tarp „aš" ir „ne aš", kuri teršia kūno atskirumą, taigi ir jo švarumo kategoriją. Keldamas grėsmę kūno kategorijai, purvas taip pat gresia ir individo kategorijai, kurios natūrali metafora yra kūnas. Tad nenuostabu, kad tiek daug kūno funkcijų ir kūniškų džiaugsmų turi būti drausminami, įvardinant juos kaip „purvinus".

Estetizuotas kūnas – tai kūnas, kuriame nėra purvo, kūnas, kuris nemeta iššūkio socialinei kontrolei ir disciplinuotai „švarai". Tad buržuazinis kūnas, mandagiai plojantis po baleto spektaklio, ištikimas savo „publikos" kategorijai, yra švarus ir nepavojingas. O darbininkiškas kūnas, šaukiantis nešvankybes ir besimušantis tarpuvartėse, ištrūksta iš „publikos" kategorijos, todėl yra purvinas ir grėsmingas. Pradinis kontrolės netekimas pasireiškia ne vien elgesiu (nes elgesį gali drausminti policija). Jis yra semiotinis – socialinių kategorijų griovimas yra tikroji grėsmė, nes jis atsiranda ten, kur nesiekia jokia policijos nuovada. „Groteskiškas kūnas" su savo „žemiškuoju realizmu" yra nesutaikomai ir atkakliai purvinas, tuo nuolat primindamas drausminančių galių trapumą.

Sterilizuotas buržuazijos kūnas yra pakankamai gryna kategorija, kad lengvai įslystų į abstraktųjį kapitalo principą (kūno principo priešingybę), kuris pats savaime yra tiek neužkrėstas, jog, rodosi, jo nėra ko nė drausminti – tai savaiminės reguliacijos principas. Antra vertus, darbo kūnas yra purvinas, grėsmingas, visada galintis išsiveržti iš savo socialinės ekonominės kategorijos gniaužtų, visada metantis iššūkį savo paties semiotikai – todėl jį nuolat reikia vis stipriau drausminti, o drausmė įvedama per ekonomikos, teisės, moralės bei „sveiko proto" diskursus ir praktiką.

Todėl profesionalų reslingo imtynėse groteskiškasis bjauraus kūno realizmas semiotiškai ir politiškai priešpriešina dominuojančioms galioms. Kūnas yra tinkama terpė, kurioje daugelis subordinuotųjų ir prispaustųjų grupių gali išreikšti savo socialinę patirtį kapitalizmo sąlygomis, kai kasdienė socialinė sistema nėra suprantama kaip teisinga ir suteikianti lygias galimybes. Atsidūrę tarp „pralaimėjusių", pavaldieji (nesvarbu – klasės, lyties ar rasės atžvilgiu) turi mažai vilčių, kad juos „gerbs" nugalėtojai, ir visai nebūtinai turi jausti pasigėrėjimą tais, kurie iškovojo socialinį prestižą. Jie nėra „garbingai pralaimintys", nes visuomenė jiems nesuteikė „sportinės progos", nors teigia, kad suteikia ją kiekvienam. Grožis buvo

pajungtas metaforiškai reikšti socialiai dominuojančias grupes, o bjaurumas tapo valdomųjų patirties ir pasipriešinimo metafora. Groteskišką kūną represuoti reikia, tačiau to padaryti neįmanoma – ir todėl karnavalas tampa įteisintu jo išsiveržimo momentu.

žodis *įteisintas* rodo, kokia sudėtinga yra karnavalų politika praktikoje. Galima teigti (pvz., Eagleton 1981), kad griaunantysis karnavalo momentas yra įteisintas vyraujančios tvarkos, todėl ir jis pats galiausiai tampa inkorporuotas į ją. Būtent sulaikymo strategija, veikianti kaip saugos vožtuvas, leidžia kontroliuoti ir išleisti populiariojo spaudimo garą, taip valdomieji verčiami nuolankiau pasiduoti priespaudai. Saugos vožtuvas ne išderina, o greičiau sustiprina socialinės kontrolės mechanizmą.

Stallybrassas ir White'as (1986) teigia, kad ginčai dėl saugos vožtuvo yra ir nereikalingi, ir klaidingi, nes jais stengiamasi pabrėžti karnavalo ir jo politinio veiksmingumo esmę. Kai kuriais atvejais kai kuriuose kontekstuose karnavalas gali tapti socialinės tvarkos stiprinimo priemone, tačiau kitais atvejais, ypač socialinės įtampos momentais, jo padariniai gali atnešti daug daugiau žalos:

> *Ilgą laiką karnavalas gali išlikti stabiliu ir pasikartojančiu ritualu, kurio politinių transformacijų poveikis nepastebimas, tačiau... paaštrėjus politiniam antagonizmui, jis gali tapti vieta, kur vyksta faktiška ir simboliška kova* (Stallybrass ir White 1986: p. 14).

Šie autoriai apibendrino daugelį moderniosios Europos ankstyvosios istorijos atvejų, kai karnavalo metu kildavo smurtinės socialinės sumaištys, ir padarė išvadą, kad karnavalo pasekmės plinta gerokai toliau už nustatytų laiko ir vietos ribų.

> *Karnavalas taip pat siejasi su kintančiu simbolinių veiksmų, įvaizdžių ir diskursų rinkiniu, kuriais buvo naudojamasi iki devynioliktojo amžiaus vykusių socialinių maištų ir konfliktų metu* (p. 15).

Paremdami šį teiginį jie nurodo, kad tarp septynioliktojo ir dvidešimtojo amžiaus buvo išleista tūkstančiai – tikrąja to žodžio prasme – teisės aktų, kuriais buvo siekiama išgyvendinti karnavalą ir liaudies šventes Europoje (p. 176).

Žinoma, karnaviškumo apraiškos, išlikusios šių dienų populiariojoje kultūroje, turi mažai galimybių tiesiogiai transformuoti politiką – nes 7 skyriuje aš įrodinėju, kad politikos ir pramogų sferos niekada taip tiesiogiai nesąveikauja. Tačiau karnavalas vis dar gali pasitarnauti liaudžiai kaip malonumo idealas, kuris vienu metu yra ir utopiškas, ir nukreiptas prieš hegemoniją. Jis demistifikuoja, nes drauge atskleidžia ir socialinės tvarkos sutartinumą, ir jos trapumą.

Stamas (1982) ypač pabrėžia šį mitų neigimą. Nurodęs „ekstazišką kolektyviškumo jausmą", kurį sukuria karnavalas, jis teigia, kad

karnaviškumas suteikia priemonę, demaskuojančią socialinėje tvarkoje visa tai, kas sunkina to kolektyvumo jausmo pasireiškimus: klasinę hierarchiją, politines manipuliacijas, seksualinę priespaudą, dogmatizmą ir paranoją. Šia prasme karnavalas diegia kūrybiškos ne pagarbos elgseną, radikalią opoziciją neteisėtai įgijusiems galias, pagiežai ir pamokslavimui (p. 55, cituota: Stallybrass ir White 1986: p. 19).

Ne visada karnavalas būna ardantis, tačiau jame visada lieka ardančių elementų; jis ne visada gali būti pažangus ir išlaisvinantis, tačiau pažangos ir laisvės elementų potencialo nestokoja. Net ir atsargiausiame, apribotame leidimais, televizijos modifikuotame variante išlieka didžiulės gyvybinės energijos požymių, kurie rodo, jog populiariosios jėgos išlieka nesutaikomos ir užsispyrusios. Kaip sako Bennettas (1986: p. 148):

Pertekliškumo, kuris asocijuojasi su karnavalu, savybė... suformavo dalį liaudies įvaizdžio, liaudies – kaip nežabotos nesustabdomos materialios jėgos, beribio atsinaujinančio ir nedalomo kūno, įveikiančio visas kliūtis savo kelyje.

Per daug pažodžiui suprastume Bennettą, jeigu jo taiklų posakį apie „nežabotos nesustabdomos materialios jėgos beribį atsinaujinantį ir nedalomą kūną, įveikiantį visas kliūtis savo kelyje“, tarsi netyčia pritaikytume Milžinui Andre arba King Kongui Bandžiui, tačiau tam tikra prasme groteskiškas imtynininkas tampa liaudies kūno, subordinuoto kūno, dirbančio kūno, opozicinio kūno metafora. Televizijos rodomos profesionalų reslingo imtynės akimirksniui kilsteli kampą kilimo ir parodo visas šiukšles, kurias patriarchalinis kapitalizmas po juo sušlavė. Pamačius spektaklį iš to, kas represuojama ir slepiama, atsiranda išlaisvinantis supratimas, kaip sunkiai buržuazinės higienos institucijos turi kautis kontroliuodamos proletariškąjį purvą, kurio niekada nesugebės išnaikinti.

5 SKYRIUS

Populiarieji tekstai

Vienus tekstus žmonės atsirenka tam, kad jie taptų populiariosios kultūros dalimi, o kitus atmeta. Šiame ir tolesniame skyriuje aš pabandysiu apibrėžti kai kurias populiariais tapusių tekstų ypatybes ir panagrinėsiu pagrindinius kriterijus, kuriais remiamasi pasirenkant tokius tekstus.

Produktyvusis tekstas

Populiarusis tekstas privalo būti produktyvus. Kad suprastume šį terminą, turime atkreipti dėmesį į požymius, pagal kuriuos Barthes'as[1] (1975a) skirstė tekstus į skaitomus (interpretuojamus) ir perrašomus, bei į skaitymo įgūdžius, kurių šie tekstai reikalauja. Trumpai tariant, skaitomam (interpretuojamam) tekstui tinkamiausias yra iš esmės pasyvus, pagaulus ir drausmingas skaitytojas (interpretatorius), kuris linksta priimti gatavas prasmes. Toks tekstas yra santykinai uždaras, jį lengva skaityti ir jis nereikalauja skaitytojo pastangų. Jo priešingybė yra perrašomas tekstas, kuris nuolat reikalauja iš skaitytojo jį naujai „perrašyti" ir suteikti prasmę. Čia į pirmą vietą iškeliamas teksto konstravimas, o skaitytojas kviečiamas dalyvauti konstruojant prasmes. Plėtodamas šių teksto skirtingumų aprašymą, Barthes'as visų pirma pateikia literatūros pavyzdžių ir daro išvadą, kad skaitomas tekstas yra lengviau prieinamas ir populiaresnis, o perrašomas tekstas yra sunkesnis, labiau avangardistiškas ir dėl to patrauklus vien mažumai.

Produktyvumo kategorija reikalinga apibūdinti populiariajam perrašomam tekstui – t. y. tokiam, kurio perrašomoji interpretacija nebūtinai yra sudėtinga: ji

[1] Vartojami terminai iš knygos: Bartas, R. Teksto malonumai. Vilnius: Vaga, 1971. Sudarytoja, įvado ir paaiškinimų autorė Galina Baužytė-Čepinskienė.

nekviečia skaitytojo (interpretatoriaus) naujai jį įprasminti, netrikdo šokiruojančiu skirtingumu tiek nuo kitų tekstų, tiek nuo kasdienybės. Toks tekstas neprimeta savų konstravimo dėsnių, kuriuos skaitytojas turi iššifruoti, jei nori skaityti pagal teksto siūlomas, o ne pagal savo laisvai pasirinktas sąlygas. Produktyvusis tekstas yra taip pat lengvai prieinamas kaip ir skaitomasis, o teoriškai gali būti lengvabūdiškai perskaitomas net ir tų skaitytojų, kurie patogiai prisitaikė prie dominuojančios ideologijos (beje, jei iš tiesų tokie skaitytojai egzistuoja, tai gal naftos oligarchai žiūri „Dalasą"?), tačiau jam būdingas ir perrašomo teksto atvirumas. Skirtumas yra tas, kad šitas tekstas nei *įsakmiai reikalauja* tokios perrašomosios veiklos, nei nustato tą veiklą kontroliuojančias taisykles. Jis greičiau atsiveria populiariajam produktyvumui, kad ir kaip nenoriai, bet iškelia viešumon savo paties siūlomų reikšmių pažeidžiamąsias vietas, ribotumą ir silpnybes. Net ir bandydamas slopinti, šis tekstas išsaugo šūksnius, kurie prieštarauja tam, ką jis siūlo kaip vyraujančią prasmę; jame galai nesusiriša su galais ir išvengia kontrolės; prasmės viršija jo paties galias jas kontroliuoti; jame liko tokių plačių kiaurymių, kad jose galima produkuoti naujus tekstus – faktiškai jis savęs nebekontroliuoja tikrąja to žodžio prasme.

Kultūros pramonės gaminamos ir platinamos prekės, kurios patenka į populiariosios kultūros apyvartą, privalo būti nedisciplinuotos ir nekontroliuojamos. Tačiau ne taip, kaip perrašomasis tekstas, jos neturi tapti „keistenybe": jų nedisciplinuotumas turi išlikti kasdienis, atpažįstamas, nes toks yra neišvengiamas populiariosios patirties elementas hierarchinių galių struktūrizuotoje visuomenėje. Taigi šioms prekėms nereikia tokio pobūdžio perrašomumo, nes jeigu jo reikalautų, vadinasi, liktų disciplinuotos (kadangi perrašomų avangardinių tekstų skaitytojas būtinai yra disciplinuotas), bet jos jį leidžia, nes negali užkirsti kelio perrašomumui. Socialinė patirtis, kuri apibrėžia tekstualumą ir socialumą jungiančius atitikmenis ir kuri yra šio populiariojo produktyvumo varomoji jėga, netelpa į teksto kontrolės rėmus – lygiai taip, kaip ji skiriasi nuo labiau specifinės avangardinio teksto skaitytojo – perrašytojo tekstualinės kompetencijos ir patirties.

Grįžtant prie de Certeau metaforos (žr. 2 skyrių), kolonizatorių armija, kuri siekia išlaikyti sunkiai prieinamos kalnuotos vietovės kontrolę, turi atsiverti partizanų antpuoliams – apsisaugoti ji gali tik atsitraukdama į savąsias tvirtoves. Populiarioji kultūra visada išlieka sunkiai prieinama kalnuota teritorija tiems, kurie siekia ją kontroliuoti (nesvarbu, dėl kokių – ekonominių, ideologinių ar drausminių priežasčių), o partizaniški išpuoliai iš šios teritorijos yra virtę struktūrine sistemos būtinybe. Pramonės ekonominės reikmės bus patenkintos tik tuo atveju, jei žmonės pasirinks jos prekes kaip tinkamus populiariajai kultūrai išteklius. Hegemono jėgą galima naudoti tik tada, kai liaudis sutiks skaityti (interpretuoti) ją įkūnijančius tekstus, o liaudis pasirinks tik tuos tekstus, kurie suteiks galimybę priešintis, vengti arba šokiruoti: strateginė iš viršaus į apačią nukreipta galia gali operatyviai veikti tik tuose pasipriešinimo židiniuose, kur ją pasitinka taktinė iš

apačios į viršų nukreipta galia. Populiarioji kultūra yra išvarpyta „prieštaravimų", o jos „prieš" elementai kyla iš „taravimų" (tarimų), kuriuos produktyvūs skaitytojai randa jiems pateikiamuose (tegu ir nenoromis) produktyviuosiuose tekstuose.

Todėl analizuojant populiariuosius tekstus reikia sutelkti dėmesį į du aspektus. Nagrinėdami pirmuoju aspektu, turime kreipti dėmesį į gilumines teksto struktūras, pasitelkdami efektyvius ir įžvalgius šiuolaikinio mokslo metodus – ideologinę ir psichoanalitinę, struktūrinę ar semiotinę analizę. Šie metodai atskleis, kaip primygtinai ir užmaskuotai ideologinės dominavimo galios veikia visuose patriarchalinio suprekinto kapitalizmo gaminiuose. Jei greta tos analizės pasitelksime politinių ekonomistų ir Frankfurto mokyklos[2] kritinės teorijos atstovų veikalus, atskleisime stulbinamai akivaizdų būdą, kuriuo sistemos ekonominiai ir ideologiniai poreikiai apibrėžia vos ne kiekvieną kasdienio gyvenimo reiškinį – o kartu yra jų skatinami. Tačiau nukreipę dėmesį vien į šį aspektą pražiopsosime ne vien tokią pat reikšmingą kultūros kapitalistinėse visuomenėse sritį, bet ir užsitversime beviltiško pesimizmo pozicijoje. Tokiu būdu mes galime pateisinti savo pagrįstą nepasitenkinimą sistema, tačiau jis teikia maža vilčių žengti į priekį, nebent priimtume utopišką radikalios revoliucijos, kaip vienintelio būdo pakeisti padėtį, idėją.

Analizuodami populiariuosius tekstus antruoju, papildančiu aspektu, turime atsižvelgti į tai, kaip žmonės juos interpretuoja, kaip iš jų išteklių susikuria savo populiariąją kultūrą. Čia tekstus turime analizuoti taip, kad atskleistume jų prieštaringumą, prasmes, kurios išsprūsta iš kontrolės, siūlymus produktyviai juos interpretuoti. Turime savęs paklausti: dėl ko šie tekstai tapo populiarūs ir patrauklūs. Šiuo aspektu tradicinė mokslinė analizė ir profesionalioji kritika retai analizavo populiariuosius tekstus. Kritikai – mokslininkai ar profesionalai – linksta įsijausti į tvarkos sargybinių vaidmenį, nes populiarusis produktyvumas ir populiarioji diskriminacija kelia grėsmę jų tradiciniam vaidmeniui. Todėl pirmiau populiariųjų tekstų analitikas turėtų ištirti, ką juose ignoruoja arba juodina tradiciniai kritikai; o paskui sutelkti dėmesį į tuos tekstus, kuriems pavyko visiškai išvengti kritikų dėmesio, ir į tuos, kuriuos jie pastebėjo vien tam, kad visiškai sukritikuotų. Plataus vartojimo derinys su visapusiška kritika yra pakankamai aiškus ženklas, kad kultūrinė prekė ar vyksmas yra populiarūs. Dabar leiskite man apžvelgti kai kurias priežastis, dėl kurių populiarioji kultūra atmetama, išjuokiama arba puolama – ir išsiaiškinti, ar šioje „vulgarybėje" esama kokių nors gerų dalykų.

---

[2] Neomarksistinė sociologijos ir filosofijos kryptis. Žr., pvz. Filosofijos atlasas. Vilnius: Alma littera, 1998, p. 231.

Kalba

Populiarioji kultūra dažnai kaltinama dėl (netinkamos) kalbos vartosenos. Pagrindinis klausimas toks: ar masinės komunikacijos priemonės ir populiarioji kultūra skurdina, ar gyvina kalbą? Be to, turėtume savęs paklausti, kodėl paplitęs populiarus („netinkamas“) kalbos vartojimas taip įžeidžia ir kelia nemenkų rūpesčių tokiai daugybei žmonių (nenuostabu, kad jie kaip tyčia priklauso išsilavinusios buržuazijos klasei, kuri tiesiogiai suinteresuota išlaikyti švietimo kontrolę ir „taisyklingą“ kalbos, kurios ji moko, vartojimą). Viena iš šokiruojančių ir nedisciplinuotų kalbos vartojimo formų, kuria čia pasinaudosiu, yra kalambūras.

Leiskite pradėti nuo konkretaus pavyzdžio. „New York Post“ (1988 metų vasario 5 dienos numerio) reportažas prasideda taip: „Emocionalusis senato DSP[3] lyderis Roberas Dole'as vakar pasirašė 500 dolerių asmeninį čekį Nikaragvos kontroms po to, kai parlamentas padarė „apgailėtiną klaidą“ nubalsavęs prieš 36 milijonų dolerių vertės pagalbos suteikimą“. Reportažo antraštė buvo tokia: DOLE'AS KIŠA Į NAUJĄ KONTRŲVER$IJĄ[4].

Geltonoji spauda neperteikia šnekamosios kalbos, tai neįmanoma dėl jos įvairovės, susijusios su klase, rasės, amžiumi, lytimi ir regionu, tačiau ji ištobulino tokią kalbos atmainą, kuri leidžia įvairioms šnekamosios kalbos kultūroms rasti atitikmenis savo šnekoje ir jais mėgautis. To pasiekiama dažniausiai nutolstant nuo oficialiosios taisyklingosios kalbos. Šiuo atveju jaučiamas ne pagarbos atspalvis, kuriuo užtikrinama, kad Dole'o asmeninio čekio kontroms pasirašymas nebus perskaitytas kaip susižavėjimą keliantis herojiškas veiksmas. Dalį šios ne pagarbos įneša kalambūras „kiša“, kurio šnekamosios metaforiškos prasmės (jas nepaprastai sunku tiksliai apibrėžti) susiduria su tiksliai apibrėžta suma (net 500 dolerių). Būtent skirtumas tarp įvairialypės sakytinės vartosenos ir konkrečios pažodinės reikšmės sudaro skirtumą tarp liaudiškos šnekamosios, populiariosios kultūros ir literatūrinės, oficialiosios, disciplinuotos kultūros.

Kalambūras teikia dvejopą malonumą. Galima jausti malonumą žaidžiant kalbos vartojimo skirtumais kaip mikrokosmo akimirka nuolatiniame klasinių ir socialinių susikirtimų žaisme, nes kalambūras labai dažnai pasiūlo gatvinių liaudiškų „kišimo“ reikšmių, kurios tiek pat tolimos Dole'ui, kiek nutolusios jo ir „New York Post“ skaitytojų visuomenėje užimamos padėtys; kalambūras taip pat leidžia vulgariąsias prasmes laikyti teisingesnes, o todėl ir turinčias daugiau galių už oficialiąsias. Kalambūro teikiamą malonumą juntame ne tik lingvistiškai

---

[3] Respublikonų partijos pravardė: „Didžioji senoji partija“ (*angl. – GOP, Great Old Party) (vert. past.).*

[4] *angl.*: DOLE BUYS INTO NEW CONTRAVER$Y.

miniatiūrizuodami socialinius santykius, bet ir apversdami galias, kurios paprastai juos struktūruoja. Antrąjį malonumą teikia produktyvumas: kalambūras sukelia skaitytojo norą produktyviai perskaityti tekstą. Smagu aptikti ir iškoduoti žodžių žaismą, o dar brandesnį ir didesnį su tuo susijusį džiaugsmą galima patirti kuriant reikšmes iš vidinių diskursų kolizijų. Patys savaime kalambūrai negali kontroliuoti prieštaringų diskursų santykių, tačiau jie visus juos suverčia krūvon ir leidžia skaitytojui rinktis interpretacijas. (Šiuo atveju galima, nors ne iš karto, rasti akivaizdų malonumą siejant senatoriaus pavardę[5] su žodžiu, kuris dažniausiai asocijuojasi su neturtu ir socialine parama. Ironijos atradimas ir iššifravimas teikia tokį pat malonumą kaip kalambūras.)

Tačiau žodžio KONTRŲVER$IJA poveikis yra kitoks. Leksinė „kontrų" ir „kontroversijos" asociacija vienu lygiu gali banalizuoti politines kovas šiuo klausimu, drauge reiškiant joms nepagarbą ir demonstruojant, kiek jos abstrakčios ir nereikšmingos kasdieniame skaitytojo gyvenime. Dolerio ženklas vietoje „S" raidės gali turėti tą pačią prasmę – juo su tam tikra gatvinės išminties skeptiškumo doze pažymima, kad tikrai didelės pinigų sumos yra kažkur toli nuo mūsų (kartu su Dole'o čekiu). Tačiau ir vėl kalambūras reiškia ne tik galimybę lingvistiškai permąstyti socialinę patirtį (skirtumą, susvetimėjimą): jis iškraipo „jų" kalbą. Taip atsisakoma paklusti kalbiniam drausminimui, tai – trumpalaikis taktinis smūgis, kai atakuojama ir šelmiškai, nepagarbiai traktuojama kalbos sistema.

Čia tinka prisiminti de Certeau (1984) daromą skirtumą tarp perskaitymo ir iššifravimo. Iššifravimas – tai mokėjimas svetimą kalbą naudoti pagal kitų (ne savo) taisykles. O perskaitymas (interpretacija) – tai savo kalbinės, liaudiškos kultūros prasmių suteikimas skaitomam (interpretuojamam) tekstui. Kad sugebėtum iššifruoti, reikia mokytis ir praktikuotis tų pačių socialinių galių, kurios organizuoja kalbinę sistemą, erdvėje – jos sudaro vientisą strateginio galių naudojimo dalį. Iššifravimo funkcinė paskirtis – priversti skaitytoją paklusti autorinio teksto autoritetui, o kartu ir įgaliotajam mokytojui kritikui, kurio (kurios) strateginio tarpininko vaidmuo duoda jam naudos iš priklausymo tam tikroms galioms. Antra vertus, interpretacija reikalauja ne rašytinės (skriptorinės), o šnekamosios kultūros – tos, kuri išsirutuliojo nepaisant „oficialiosios" kalbos arba priešinantis jai – todėl ir nepasiduodančios jos drausminamajam poveikiui. Iššifravimas pateikia tekstą kaip *langue*[6], visuotinės kalbinės sistemos pavyzdį, kuriam priešgyniauti draudžiama; juo galima vien naudotis, o naudojamas jis pasinaudos jumis – iššifravimas moko

[5] Dole – bedarbio pašalpa (Piesarskas, B. Didysis anglų–lietuvių kalbų žodynas. Vilnius: Alma litera, 2002, p. 272.) (*vert. past.*).

[6] Kalba *(pranc., vert. past.)*.

interpretatorius pasiduoti ir leisti sistemai juos naudoti. Savo ruožtu interpretacija virš *langue* iškelia *parole*[7], t. y. praktiką virš struktūrinių apribojimų. Čia svarbiau kasdienis kalbos vartojimas, o ne jos sistemingumas ar taisyklingumas. Interpretuojant pabrėžiamas kontekstas – tai, kaip unikaliai šiuo konkrečiu momentu naudojamas šis unikalus kalbinis derinys. Todėl interpretacija siejama su tuo, kas nepatvaru ir laikina, – atitikmenys privalo būti nepatvarūs dėl to, kad socialinės priklausomybės kiekvieną akimirką formuojamos ir keičiamos skirtingiems tikslams. Žodžiui KONTRŲVER$IJA malonumą suteikia tai, kad jis niekad nebuvo pavartotas anksčiau ir nebebus pavartotas vėliau (tai „iš tikrųjų" gali būti teisinga arba ne, tačiau esmė yra ta, kad žodis išnyra unikaliai, sukurtas šiam akimirksnio kontekstui ir su juo susijęs). Unikalumas ir kontekstualumas priklauso populiariosios kultūros sričiai, tai yra kasdienybės sudėtinė dalis – ir kaip tik todėl jie yra apibendrinimo, norminimo ir tvarkos priešingybė. Tai – priešingybė kalbinei sistemai, kurioje taisyklingumas yra visa ko pagrindas ir kurios dėsniai yra svarbūs ne vien dėl to, kad jie nustato sistemos taikymo būdus, bet ir dėl to, kad pasiduodama jiems liaudis dar vienu būdu ima save tramdyti.

Kalambūrai yra vulgarioji sakytinės kultūros dalis: literatūroje pirmenybė teikiama rimtai ir disciplinuotai kalbos vartosenai, kurią kalambūrai trikdo (kokioje aukštojoje mokykloje mokoma žodžių žaismo? Neįmanoma nė įsivaizduoti). Rašytinė kalba yra surikiuota, jos sąryšiai logiški ir paklūsta priežasties ir pasekmės dėsniams. Kalambūrai šių dėsnių nepaiso, jie asociatyvūs, o asociacijos yra daug palaidesnės už logiką. Kalambūruose ištirpsta tiesiška minčių eiga, kuria skaitytojas už rankutės vedamas nuo vienos minties prie kitos; jie greičiau panašesni į gretutinio apdorojimo procesą, kai skirtingi informacijos srautai apdorojami vienu metu.

Žinoma, kalambūrai būdingi ir kai kuriems perrašomiesiems, literatūriniams tekstams: pavyzdžiui, Jameso Joyce'o kūriniuose kalambūrų knibždėte knibžda. Avangardiniuose tekstuose žodžių žaismas atlieka beveik tokią pat įžūlią funkciją kaip ir produktyviuosiuose tekstuose, tačiau su išlyga, kad jis skirtas kitokiam skaitytojui ir kitoks santykis su kasdienybe. Avangardinių tekstų skaitytojai (interpretatoriai) yra literatūrinė mažuma, lyderiai, kurių vaidmuo – išlaisvinti meną iš sąlyginių tradicijų ir atverti jam naujas išraiškos galimybes ateityje. Tokie perrašomieji kūriniai privalo išmokyti skaitytoją (interpretatorių), kaip iššifruoti jų kodus, ir skaitymo (interpretavimo) technikos, kad juos suprastų – jie žengia pirmiau skaitytojo, jų originalumas ir sudėtingumas yra dvi to paties medalio pusės.

Savo ruožtu produktyvus žodžių žaismas tekstu atkartoja prieštaravimus, kuriuos socialiai jau yra patyręs skaitytojas. Todėl jis neturi švietimo funkcijos ir neaplenkia savo skaitytojų – tai yra tekstinė priemonė, kuria jie gali išreikšti savo

[7] Šneka *(pranc., vert. past.)*.

socialinę patirtį. Kalambūru siekiama ne paversti ją neatpažįstamą, o pačiu atpažinimo momentu atkreipti dėmesį į jos prieštaringumą.

Vis dėlto reikia aiškiai pasakyti, kad skirtumas tarp perrašomų ir populiarių kalambūrų greičiau priklauso nuo interpretavimo būdų, o ne dėl kokių nors esminių jų pačių skirtumų. KONTRŲVER$IJA iš tiesų galėtų būti Joyce'o sugalvotas žodis.

Greenfield (1984) mano, kad priežastis, kodėl daugelis suaugusiųjų (o ypač – gerai išsilavinusių) negrabiai žaidžia videožaidimus ir dėl to juos kritikuoja, yra ta, kad šiems žaidimams reikia gebėjimo lygiagrečiai apdoroti ir vienu metu priimti skirtingo pobūdžio informaciją, o ne analizuoti struktūrinius ryšius tarp jos srautų. Šie mąstymo procesai gerokai skiriasi nuo tiesinių, kuriais muštruojamas išsilavinęs elitas. Plaukų minkštiklio reklamoje greta pavaizduotos jaunos moters galvos ir apnuogintų pečių parašyta: „Pasuk galvą – ir plaukai taps kūnu"[8]. Ši reklama pilna lygiagrečių minties linijų. „Pasuk galvą" – tai ir gerai, teisingai galvok, ir apsuk galvą vyriškiui, viliok jį savo galvos grožiu. Gaminio paskirtis – suteikti plaukams formą (kūną); o skaitytojos/interpretatorės (skaitytojo?) prašoma vaizduotėje susikurti (nuogą) moters kūną žemiau pečių; kartu galima numanyti greta esantį ją stebinčio vyriškio kūną. Reklama nurodo tris kūnus – plaukų, moters ir numanomo vyro, ir visi vienas kitam atsiduoda. Šiam tekstui interpretuoti reikia ne literatūrinių įgūdžių, o gebėjimų lygia greta (bet ne nuosekliai) apdoroti žodžius ir vaizdus, žodžių žaismą, žodžių ir vaizdo kalambūrus. Greta sunkvežimių stovėjimo aikštelės kabo šūkis:

PAĖSK ČIA

UŽSIGAZUOK[9]

Nėra jokių skyrybos ženklų, prielinksnių ar jungtukų (viso to, kas organizuoja sąryšius ir kartu riboja prasmes literatūriniame tekste), kontroliuojančių asociacijas tarp šių dviejų veiksmų. Jie gali būti sukeisti, nuoseklūs, susieti priežastiniu ryšiu, vienalaikiai ar visai nesusiję, bet vulgarią, agresyvią, kalambūrišką reikšmę suteikia tik asociacijų laisvė. Ši laisvė kuria erdvę, kurioje, anot Bachtino (1968), žemajai kalbai atsiranda galimybė griauti oficialiąsias mandagias prasmes. Tarp prasmių atsirandanti įtampa, kaip visos semiotinės įtampos, yra ir socialinė, ir semantinė.

Populiarių dainų eilėms būdingi kalambūrai (žr. *Reading the Popular*, 5a skyrių). Dažnai jie siejami su seksu, kai oficialią ir respektabilią prasmę permuša nepagarbi ir seksuali. Draudžiamąjį seksualumo malonumą sustiprina kontroliuojančio diskurso buvimas: opozicinis jų santykis teikia didesnį malonumą negu tuo atveju, kai seksuali prasmė skleidžiama pati viena ir nevaržomai. Jei norime, kad

[8] Originale: Use your head, give your hair body.

[9] EAT HERE GET GAS.

nekontroliuojamos prasmės taptų populiarios, jose turi būti kontrolės, kurios vengiama, žymių.

Michaelas Jacksonas klipe „Trileris“ iki kraštutinės ribos žaidžia su pavadinimo žodžiu. Kai jis su mergina žiūri siaubo filmą, skamba priedainis:

> Tai trileris, trilerio naktis
> Nes aš galėčiau trilinti tave
> daugiau nei drįstų bet kuri šmėkla
> Mergyt, tai trileris
> tai prisiglausk tvirtai ir praleiskime kartu
> kilerio trilerio naktį.

Pagrindinis kalambūras sujungia kūną šiurpinantį siaubo filmo jaudulį ir kūną išsprogdinantį seksualinio orgazmo virpulį – žudantį „kilerį“ abiem prasmėmis. Bet teksto vaikinas vienu metu yra ir Jacksonas žvaigždė, ir paprastas draugužis, kurį jis vaidina klipe – tad mergina yra ir „paprastojo“ vaikino draugužė, ir žvaigždės gerbėja. Kalambūrai įsimaišo ir į vaikino pokalbį su mergina, ir į lygiagretų žvaigždės pokalbį su gerbėja; jie perduoda jaudulį, kurį sukelia Michaelo Jacksono pasirodymas, *jouissance*, perskaitymą kūnu – tai, kaip dainininkas veikia savo gerbėjus. Šis virpulys, kurį Barthes'as pavadintų teksto (ar šiuo atveju pasirodymo) erotizmu, yra ir seksualus, ir kelia šiurpą: tekstas, orgazmas ir siaubas nuaidi žodyje *thrill*. Klipe Jacksono persona keičiasi lygia greta su kuriamo pasaulio reikšmėmis – jis tai paprastas vaikinas, tai Jacksonas žvaigždė, tai Jacksonas kaip vilkolakis ar zombis. Populiariosios ėjimo į kiną ar buvimo Jacksono gerbėju prasmės slepia tamsias orgazmines ir siaubingas patirtis, kurios, išvengusios kontrolės, kartu ir kelia grėsmę, ir išvaduoja.

Kalambūras DOLE'AS KIŠA Į NAUJĄ KONTRŲVER$IJĄ miniatiūroje atkartoja drausmės ir nedrausmingumo, kontrolės ir kūrybingumo, lingvistinės sistemos ir jos naudojimo kontekste prieštaravimus. Tie iš mūsų, kurie niurzga ar vaiposi išgirdę kalambūrą, bet jaučia ironišką malonumą, tuo pačiu metu atsiduria ties dviem įtampos poliais. Mūsų malonumas kyla iš kūrybiškumo atsipalaiduojant nuo kalbinės drausmės, o nepasitenkinimas – iš to, kad socialiai investavome į sistemą, kuri tą akimirką buvo šokiruota.

Kalambūrai („blogieji“) yra įprastas komercinės kultūros – reklamos, antraščių, populiarių dainų, šūkių – atributas būtent dėl šių priežasčių. Mažoje erdvėje jie sutalpina daugybę prasmių, o prasmės susipina ir pasprunka nuo kontrolės; jos reikalauja produktyvios interpretacijos ir niekada neatsiranda pagamintos „pagal užsakymą“. Kol kalambūrai bus laikomi lengvabūdišku ir trivialiu kalbos vartojimu, tol jie įkūnys įtampą tarp korektiškumo ir žaismingumo – o žaismingume visada išliks nedisciplinuotumo, šokiravimo ir įžūlumo potencialas. Picerija, pasivadinusi „Krintančiu Pizzos (tarti: picos) bokštu“ ir papuošusi fasadą grubia gipsine

originalo imitacija, suteikia aibę populiariųjų malonumų, gerokai ilgesnį laiką išsilaikančių ir pranokstančių jos patiekalų suteiktą pasitenkinimą.

Kalambūrai iš esmės yra sakytiniai: juos reikia ištarti garsiai, kad išryškėtų ne tik juose įkūnijamos diskursų opozicijos, bet ir opozicijos tarp sakytinės ir rašytinės kalbos. Jie įžeidžia raštingumą jį oralizuodami, perkelia kalbą iš literatūrinės srities į mažiau pasiduodančią kontrolei, labiau konteksto apibrėžiamą sakytinės kultūros vartoseną. Jie sudaro vulgariosios rašytinės kalbos dalį, kuri nėra nei sakytinė, nei literatūrinė, o mišrūnas, rašytinė kalba, kuri artėja prie sakytinės ir nusižengia literatūrinei. Tą kalbą būtų galima pavadinti įžodintu (oralizuotu) rašiniu.

Literatūrinės kalbos tvarką pabrėžia jos taisyklingumo reikalavimai, ypač sintaksės ir rašybos. Įžodintam rašiniui taisyklinga rašyba ir sintaksė nereikalingos, jo oralizavimo ženklais tampa klaidos ir nukrypimai (sąmoningi ar dėl išsilavinimo stokos) nuo literatūrinės tvarkos. Prie tokių oralizavimų, kaip „kagebistas“, „didžėjus“, „U 2“ „Bar-B-Q“, „Wash'n'Go“, „rokenrolas“, „B'Avarija“[10] įpratome tiek, kad jie nebešokiruoja (beveik). Jie yra sąmoningai vartojami ir tapo kone priimtini. Daugelį žmonių labiau piktina taisyklių pažeidimas – toks, kaip paplitęs junginys „kad (kažką) daryti“ arba „rinkimų kompanija“[11]. šnekamojoje kalboje pakanka konteksto, ir tikriausiai tik literatūrinis pedantas susinervina, kai daržovių pardavėjas turguje girdamas prekę aiškina, „kaip anksti kėlėsi, kad nuskinti šviežius“ (vietoje „kad nuskintų šviežius“) jo parduodamus pomidorus. Sakytinėje kalboje nereikia svarstyti, ką troleibuse gali reikšti: „Bilietas. Jūsų bilietas“[12], ir kokių kreipinių, veiksnių ar tarinių čia trūksta.

Tai reiškia ne vien tai, kad šnekamajai kalbai rašybos taisyklės nėra būtinos – jų reikalauja tik įžodintasis rašinys, o ir tai, kad šnekamoji kalba yra labiau orientuota į funkciją ir kontekstą, bet ne į taisykles. Kaip nurodo Bourdieu (1984), darbininkų klasė reikalauja, kad menas būtų funkcionalus. Toks oralizuotas rašinys yra funkcionalus, jis pasiekia savo tikslą. O dalinis jo tikslas yra nepasiduoti konformizmui ir kalbos taisyklėms, iškelti jų dvilypumą ir parodyti, kad jos yra ne tiek funkcionaliai naudingos, kiek socialiai išskiriančios ir drausminančios priemonės:

---

[10] Autoriaus pavyzdiai – *tonite* vietoj *tonight, thru* vietoj *through, bar-B-Q* vietoj *barbecue* ir *Stop'n'Go* vietoj *Stop and Go (vert. past.).*

[11] Originale – *its* ir *it's* painiojimas: *its* reiškia „jo“, o *it's* – „tai yra“. Lietuviškuose tekstuose tai daugiau sakytinės klaidos, nors pasitaiko ir raštuose *(vert. past.).*

[12] Žr. J. Erlickas. *Troleibusinės novelės*. Kn.: Kodėl? Vilnius: Vaga, 1979, p. 18–21. Situacija: kontrolierius šnekamąja kalba reikalauja parodyti bilietą, o keleivis supranta, kad taip jam itin mandagiai prisistatoma literatūrine kalba. Originale pavyzdys – „Granny Smiths“: klausiama, kur turi būti apostrofas *(vert. past.).*

jų nepaisymas retai kada iškraipo prasmę, tačiau daug pasako apie socialinę klasinę priklausomybę. Oralizuota kalba tampa funkcionalesnė – *tonite* ir *thru* yra trumpesni žodžiai (negu *tonight* ir *through*), tad net ir šia trumpumo prasme yra funkcionalesni už taisyklinguosius variantus.

Šia prasme „mišrūniška" kalba gerokai skiriasi nuo „kariškosios"[13], kurioje ypač vyrauja literatūriškumas, žodžiai atskiriami nuo tiesioginio konteksto ir tiesioginio jų sakytojo, tariami korektiškai ir vartojami laikantis gramatikos taisyklių. Šioji kalba ypač priklauso nuo sisteminių taisyklių, kuriomis ji visiškai dekontekstualizuojama: joje neigiama bet kokia konkreti specifika – kalbėtojo, konteksto ar aplinkybių.

Pats savaime nukrypimas nuo normų dar nereiškia, kad kalba yra populiari, nors dažnai jis tampa įrodymu, kad bandoma siekti populiarumo. Skelbimas parduotuvės lange „Čekoliadiniai givulėliai – Velykų siurpryzas" iškraipytas siekiant atkreipti dėmesį, todėl pravartus parduotuvės savininko interesui; jo populiarusis patrauklumas atrodo gana ribotas, nebent kai kuriems interpretatoriams-vartotojams sietųsi su maloniu skirtumu tarp kasdienių ir šventinių pirkinių. Atmetus šią atskirą interpretaciją, skelbimas neatrodo nei ypač džiuginantis, nei funkcionalus. Šiuo atveju jis skiriasi nuo, atrodytų, panašaus iškraipymo: „Krei-Zyyy Golfas" iškabos su nevienodomis akį rėžiančių spalvų raidėmis. Šiuo atveju kontekstas ir jo naudojimo ypatumai didina skelbimo populiarumo potencialą. Išsilaisvinimas iš kalbos taisyklių, kurį jis siūlo, gretinamas su normalaus golfo taisyklių atsikratymu, o šis savo ruožtu – su pabėgimu nuo socialinių normų, kurį suteikia atostogos (be abejo, „Krei-Zyyy Golfas" yra kurortinė linksmybė). Jo kontekstas suteikia daugiau įžūlaus malonumo galimybių negu „Velykų siurpryzas", kurio mažas skirtumas nuo bet kokio kito reklaminio siūlymo nesukuria erdvės karnavališkumo momentui, kuriame kalba galėtų kūrybiškai pasireikšti.

Sakytinė kalba grindžiama kontekstu, o kontekstas nėra vien materialus – jis yra ir laikinis, ir socialus. Atostoginės „Krei-Zyyy Golfo" reikšmės paveikia, jei iš tiesų atostogaujate kurorte, kuriame jis patenka į tinkamą socialinių priklausomybių aibę. Šiame kontekste įžodintas rašinys greičiau bus priimtas kaip populiarus (nors ir išlaikydamas savo komercines šaknis). Oralizuotas rašinys – tai ir komercinis bandymas priartėti prie populiarumo, ir populiarus šio bandymo pasisavinimas.

[13] Originale – „Pentagonese", pentagoniškoji (pagal JAV Gynybos departamento būstinės pavadinimą). Autorius irgi žaidžia žodžiais: patagoniškoji – Pietų Amerikos indėnų genties kalba *(vert. past.)*.

Pertekliškumas ir akivaizdumas

Populiarioji kultūra linksta į perteklių, jos teptuko potėpiai platūs, o spalvos ryškios. Dėl šio pertekliškumo šmeižikams ją lengva pulti kaip „vulgarią", „melodramatišką", „akivaizdžią", „lėkštą", „besivaikančią sensacijų" ir taip toliau. Intelektualų kritika ją dažnai tiksliai analizuoja, bet klysta vertindama, tad mes galime ramiai priimti jų pateikiamą populiariųjų tekstų apibūdinimą, kad jie yra pertekliniai ir akivaizdūs, tuo pat metu atmesdami ar netgi apversdami šių savybių neigiamą vertinimą.

Pertekliškumas ir akivaizdumas yra pagrindiniai produktyvaus teksto bruožai. Jie teikia vertingus žaliavos išteklius, iš kurių gali būti kuriama populiarioji kultūra. Pertekliškumas – tai nekontroliuojamos prasmės, kurios peržengia bet kurio konkretaus teksto ideologinės kontrolės normas arba reikalavimus. Perteklius – tai semiozės potvynis, perteklinis ženklas atlieka dominuojančios ideologijos darbą, bet paskui peržengia ribas ir išsilieja per kraštus, palikdamas papildomas reikšmes, kurių nebepasiekia ideologinė kontrolė, todėl jomis galima laisvai naudotis jai priešinantis ar jos vengiant. Perdėti meilės romano herojės pažeminimai, išpūstos kančios dėl herojaus kaltės viršija „normalius" moters pažeminimus ir kančias patriarchalinėje visuomenėje. Viršytos normos praranda savo nematomumą, praranda savo „prigimtinio sveiko proto" statusą ir iškeliamos viešam svarstymui. Pertekliuje yra parodijos elementų, o parodija leidžia mums šaipytis iš konvencionalumų, išvengti ideologijos kišimosi ir jos normas nukreipti prieš ją pačią.

Savaitraščio „Weekly World News" (1988 metų kovo 15 diena) viršelis yra perteklinis, sensacingas ir akivaizdus (žr. 7 pav.). Jame nėra nieko prislopinto ar subtilaus, bet yra sumanymas, yra žavesys, yra nuoroda į jo siūlomus malonumus. Šis savaitraštis, kaip ir daugybė kitų, palengvinančių prekybos centruose laukimą eilėje prie kasos, kreipiasi į nepatenkintuosius. Didžioji amerikietiška svajonė milijonams tapo karčia iliuzija – jie nesidžiaugia pažadėtuoju klestėjimu, nekontroliuoja savo pačių gyvenimų ir nejaučia pasitenkinimo, kad yra sėkmės lydimos ir galingos asmenybės. Kiekviena šio puslapio antraštė yra sensacingas pavyzdys, kaip „normalumas" (o kartu ir jį pagimdžiusi ideologija) negali paaiškinti ir sutvarkyti konkrečių kasdienio gyvenimo akimirkų. Skaitytojams siūlomas pasaulis yra keistas ir nenormalus. Čia tyrinėjamos sveiko proto ribos, siekiant atskleisti jo taikymo ribotumą. O sveikas protas, kaip žinia, yra dominuojanti darbinė ideologija.

Taigi šis puslapis nėra bėgimo nuo tikrovės fantazija, skirta kažkaip neįprastai padirginti žmogų kasdienybės pilkumoje. Toks atmestinis sensacingumo „paaiškinimas" galiausiai įtikins, kad jame malonumą atrandantys žmonės yra neišrankūs, o jų skonis tiek atbukęs, kad tik visiškos kvailystės ir perdėtos sensacijos tegali pramušti jų kiautą. Toks požiūris gerokai pamalonina *ego* tų, kurie jo laikosi,

7 pav. Žurnalo viršelis.

Žurnalo viršelio tekstų vertimas į lietuvių k.

„TĖVAI SUSEKĖ VAIKO KANKINTOJĄ – VAIZDAJUOSTĖJE!"
WEEKLY WORLD NEWS 55 ct.
Ar per vėlu mylėti? NIEKADA!
77 metų moteris pabėgo iš namų su 90 metų meilužiu
„Pagaliau turime lauktą įrodymą", – sako mokslininkai
RASTA ATEIVIO Iš KOSMOSO MUMIJA!
Regis šis ateivis nebesurado kelio į gimtąją planetą
Aukščiausios klasės manekenė išteka už raupsuotojo
TESTAS ATSKLEIS, KOKS JŪS ESATE SEKSUALUS
Nuo lazerio spindulių per chirurginę smegenų operaciją užsidegė pacienta
Ar šį žmogų atleido dėl to, kad buvo per storas?
Tranzuojanti šmėkla sukelia automobilių katastrofas

bet nelabai paaiškina, kodėl šiuolaikinėje Amerikoje tokie žurnaliukai yra ypač populiarūs. Sensacingas normų neatitikimo demonstravimas jau pats savaime yra malonus, ypač tiems, kurie sukaupė „nenormalią" socialinę patirtį – tiems, kurie, priėmę dominuojančias buržuazines vertybes, galiausiai buvo priversti save vadinti „nevykėliais". Todėl pasakos apie gražuolę manekenę, tekančią už raupsuotojo, arba apie 77 metų moterį, sprunkančią iš namų su meilužiu, teikia malonumą tiems, kurių lytiniai santykiai buvo „nevykę" lyginant su romantiškąja „normalios" šeimos ideologija: jos suteikia galimybę suabejoti normomis, o ne savo patirtimi. Tokį pat malonumą kelia mokslo nesėkmės ar silpnybės (nuo lazerio spindulių užsiliepsnojęs smegenų chirurgų pacientas arba mokslininkų nesugebėjimas paaiškinti, kas ta ateivio iš kosmoso mumija), nes smagu stebėti, kaip dominuojantys, kontroliuojantys pasaulio paaiškinimai atsiduria ties lūžio riba – šie malonumai ypač patinka tiems, kurie jaučiasi netekę teisės dalyvauti kontroliuojančiuose diskursuose – nesvarbu, ar jie moksliniai, ar ne. Sensacingumas – tai perteklinė normalybės nesėkmė, todėl jis stumia normas iki pat adekvatumo ribų, o paskui jas viršija ir išstumia už borto.

„Normalus", malonios išvaizdos jaunas darbininkas, laikantis pertekliškai nenormalią būtybės iš kosmoso mumiją, iliustruoja ypatingą kasdienybės patirtį, kuri ne savo esme, o tik intensyvumu skiriasi nuo įprastinės patirties – tai akimirka, kai ideologinių normų neadekvatumas patiriamas nenormaliai ekstremalia forma. Nenormalumas kyla tik iš intensyvumo, nes normalumas ir yra dominuojančių socialinių vertybių nesugebėjimas atitikti kasdienę milijonų socialiai skriaudžiamųjų patirtį.

Toks sensacingumas, žinoma, neišreiškia tikrosios nepatenkintųjų ir skriaudžiamųjų patirties, nes būdai, kuriais skirtingoms socialinėms grupėms neleidžiama pasiekti šių ideologinių normų, yra daugialypiai ir priklauso nuo daugybės įvairių padėčių visuomenėje, į kurias gali patekti „nuskriaustieji". Bet visoms grupėms bendra pavaldumo ir nušalinimo patirtis, todėl kai rodomos nesėkmės tose srityse, kuriose jie ignoruojami, tekstas atsiskleidžia įvairiems interpretatoriams ir leidžia įvairiai jį sieti su jų pačių gyvenimais. Neigiamas „kitų" vaizdavimas suteikia plačias pozityvių malonumų pasirinkimo galimybes.

Sensacingų tokio pobūdžio leidinių populiarumas rodo nepasitenkinimo visuomenėje mastą, ypač nepasitenkinimo tų, kurie jaučiasi esą bejėgiai pakeisti savo padėtį. Faktas, kad tokių leidinių JAV yra daugiau ir jie labiau pastebimi negu, tarkim, Australijoje ar Didžiojoje Britanijoje, gali šį tą pasakyti apie amerikietiškosios ideologijos uždarumą ir griežtumą tiems, kuriuos ji atstumia. Labiau socialistinė kapitalizmo Australijoje ir Didžiojoje Britanijoje (nepaisant tečerizmo) pakraipa gali tam tikru mastu paaiškinti, kodėl šiose šalyse tokių leidinių yra mažiau.

Sensacingas, akivaizdus, perteklinis, štampuotas – šios populiariojo teksto savybės beveik neatskiriamos viena nuo kitos. Toliau kalbėsiu apie tai, kad akivaizdumas atmeta „gilumines" tiesas, kurios galų gale yra ne kas kita kaip

kontroliuojantis diskursas – akivaizdumas nesiūlo paaiškinančių įžvalgų, o lieka atviras. Bet akivaizdumas nėra vien tai, apie ką kalbama, jis apima ir būdą, kaip kalbama, – akivaizdumas ir štampas yra dvi to paties medalio pusės.

Tais laikais, kai spaustuvėje tekstas buvo renkamas, kliše buvo vadinamas žodis ar frazė, kurią spaustuvininkas palikdavo nesulaužytą, vientisą, arba „štampuotą" (prancūziškai *cliché* – štampas), nes žinojo, kad tie žodžiai ar frazės bus dažnai vartojami. Atmesti štampus kaip proto tingumo ar kalbinio nekūrybiškumo požymį nepakanka: mes greičiau turėtume klausti, kodėl tam tikri žodžiai tam tikrų žmonių tam tikru metu yra taip dažnai vartojami? Kodėl jie tokie populiarūs?

Štampai yra kasdienė sveiku protu pagrįsta dominuojančios ideologijos išraiška. Todėl tokių štampuotų frazių kaip „laikas – pinigai", „leisti (švaistyti) laiką", ar „skirti laiko" metafora taip nusitrynė, kad liko pamiršta: o iš tiesų jose laikas traktuojamas tiksliai pagal protestantiškąją darbo etiką – tomis frazėmis kuriamas kapitalistinis supratimas laiko kaip kažko, kuo galima disponuoti; ką galima taupyti, investuoti; ko vieni žmonės gali turėti daugiau už kitus; kuo galima atsilyginti darbštiesiems ir nubausti tingiuosius. Ši metafora yra visiškai hegemoniška, tai – sveikas protas, atliekantis ideologinį darbą.

Panašiai Ronas Perlmanas, vaidinantis pabaisą Vincentą televizijos seriale „Gražuolė ir pabaisa" (*Beauty and the Beast*), kalba štampais:

> *Aš manau, kad moterys trokšta romantikos. Jos nori, kad su jomis būtų elgiamasi ypač pagarbiai. Jos nori girdėti joms skirtus eilėraščius, o ne matyti vienomis apatinėmis prie televizoriaus išsidrėbusį vyriškį, žiūrintį futbolo rungtynes* (*Star*, Kovo 8 1988: p. 25).

Vienas iš patriarchališko kapitalizmo sveiko proto štampų – tai nuomonė, kad moterys yra jautrios, romantiškos ir prisirišusios prie namų, o vyrai – tinginiai, savanaudžiai, sporto gerbėjai. Bet už jų slypi ir kita „sveiko proto" išmintis: vyriškis toks yra namuose todėl, kad jo tikslinės nuostatos ir elgesys orientuoti į darbą, o dėl to jis užsitarnavo teisę atsipalaiduoti namuose. Kalbant apie romantišką moters prigimtį pabrėžiama, kad tikrąją laimę ji gali rasti tik mylima vyro, o ne siekdama karjeros ar kitokio pasitenkinimo. (Dėl to, kad dauguma vyrų neįstengia pakilti iki moters poreikių, tie poreikiai nėra laikomi nepagrįsti, todėl ir nekyla abejonių dėl ideologijos, kuri juos sukūrė.) Romantiškumą galima paaiškinti kaip moters pasirengimą tapti žmona (žr. *Reading the Popular*, 5b skyrių). Šiuo atveju gili ir santykinai akivaizdi ironija pasireiškia tuo, kad norėdamos išlaikyti esamas santuokas, moterys praranda tuos pačius romantiškus jausmus, kuriuos patriarchalinė santuokos ideologija pirmiausia laiko esminiais moteriškumo bruožais. štampai perteikia ideologines normas, todėl jie ir yra tokie galingi sveikojo proto nuostatų konstravimo ir platinimo įrankiai. Tačiau tai nepaaiškina visų kultūrinio jų naudojimo variantų: jie taip pat gali atskleisti ideologijos ir

kasdienės patirties neatitikimą. Prieštaros tarp poetiškos sielos moters ir sportu kliedinčio vyro gali ne tik paversti štampu kainą, kurią moterims tenka mokėti, bet ir padaryti tą kainą matomą ir įvertinamą.

Štai gerbėja rašo Perlmanui:

> *Prašau, išlaikykite „Gražuolę ir pabaisą" eteryje. Man būtina įsivaizduoti, kad Vincentas realiai egzistuoja. Aš norėčiau su juo susitikti, bet bijau, kad tada aš palikčiau savo vyrą ir vaikus ir pabėgčiau gyventi su juo. Ir ką apie tai pagalvotų mano motina?* (*Star*, Kovo 8 1988: p. 25).

Čia matome sudėtingą, bet tipišką argumentacijos rinkinį. Pirmiausia pripažįstama, kad norma, kurios pasiekti neįmanoma, neatitinka kasdienio gyvenimo realybės – tai rodo pripažinimas skirtumo tarp to, kas vaizduojama ekrane, ir realybės. Pripažinimas suteikia žiūrovei teisę (ir galimybę), siekiant didesnio teksto malonumo, šį skirtumą neigti ir žiūrėti į vaizdą ekrane taip, lyg jis būtų realus. Toks gebėjimas persikelti į tekstą ir išeiti iš jo, vienu metu ir teigti, ir neigti jo tekstiškumą teikia malonumą, nes žiūrovė gali kontroliuoti judėjimą. Tekstas neapmulkina, ji pati kontroliuoja jo interpretavimo santykius. Populiariojo teksto skaitymas nėra paprastas tikrovės vengimas, kai laikinai atitrūkstama nuo visko, kas kasdieniška. Gerbėja žino, kad net jei Vincentas atsirastų realybėje, ji nepabėgtų iš namų su juo: juokais paminėjus motiną, karčiai ironiškai pripažįstama internalizuota tvarka, kuriai žmonės paklūsta, ir tai, kad ši tvarka riboja ir griauna malonumus. Štampai ir suprantami kaip štampai – kaip „kitų" sukurtas ideologiškai sveikas protas, bet jie internalizuojami taip, kad būtų vienu metu ir „mūsų", ir „jų". Skeptiškai ir demistifikuojamai priimamas atotrūkis tarp internalizuoto štampo „svetimumo" ir unikalaus mūsų kasdienio gyvenimo „savumo" (autorė supranta, koks visuotinis yra žmonų nepasitenkinimas savo vyrais ir vaikais – ji nejaučia poreikio teisintis ar plačiau aiškinti, nes gali kliautis, kad kitos moterys atpažins bendrą jausmą, nors jo pasireiškimas santykiuose su savo vyru ir vaikais bei jos patirtis yra unikali arba bent taip ji jaučia).

Štampai naikina teksto unikalumą, todėl jais taip bjaurisi kritikai, vertybinius prioritetus teikiantys teksto unikalumui ir autoriaus kūrybingumui. Jie leidžia sudaryti prasmingus atitikmenis tarp kasdienio gyvenimo specifikos ir ideologinių normų, kurias įkūnija. Štampuotas rašymas yra rašymas laikantis normų, rašymas kaip apnuoginta ideologinė veikla. Štampas perskaitomas, kai jo normos susikerta su kasdienio gyvenimo praktine patirtimi. Anaiptol nebūdamas tokiu efektyviu hegemoniniu veiksniu kaip „smegenų plovimas", štampas dažnai atskleidžia dominuojančios ideologijos kitoniškumą ir keistai nušviečia daugybę kompromisų, kuriuos darome pritaikydami jį kasdieniam gyvenimui.

Prieštaringumas ir sudėtingumas

Populiarioji kultūra yra prieštaringa. Ji kiaurai išvarpyta kontrolės išvengusių prieštaravimų. Kaltinantys ją – kad yra per daug supaprastinta, kad viską suveda į akivaizdžiausius dalykus, kad neatskleidžia žmogaus jausmų ir viso socialinės egzistencijos sudėtingumo, subtilumo ir sandaros sodrumo – taiko netinkamus kriterijus ir nežvelgia ten, kur populiarioji kultūra tampa iš tiesų sudėtinga. Žinoma, populiarioji kultūra nepanaši į rafinuotą sonetą ar lyrinį eilėraštį; ji nesistengia pasiekti Henry Jameso romano psichologinių gelmių ir tekstūros sudėtingumo (už tai visi turėtume būti nuoširdžiai dėkingi). Sudėtingumas, už kurį vertinama poezija ir grožinė literatūra, paprastai kyla iš to, kaip vartojama kalba, kaip sugebama pasinaudoti visais kalbos ištekliais, kad būtų meniškai perteikti individualaus žmogaus jausmų subtilūs niuansai ir menkiausi atspalvių skirtumai. Vertinami tokie žmonių santykiai, kurie atitinka mūsų giliausią žmoniškumo esmę, todėl atsisakoma socialinių klausimų ir ypač vengiama politikos.

Čia aš nesiginčiju su fundamentaliojo mokslo požiūriu į literatūrą, tik nurodau, kaip jos mokoma ir kaip ji platinama mūsų visuomenėje. Pabrėžiu tai, kad ji ir populiarioji kultūra skiriasi ne tiek tekstais, kiek jų vartojimo visuomenėje būdais. Kritikai, kurie teigia, kad kitados Shakespeare'as priklausė populiariajai kultūrai, o dabar jau ne, iš savo teiginio daro absoliučiai klaidingą išvadą: tai nereiškia, kad nuo septynioliktojo iki dvidešimtojo amžiaus populiariųjų masių skonis degradavo, o greičiau rodo, kad dėl literatūros institucionalizavimo (kuriame tie patys kritikai taip aktyviai dalyvauja) Shakespeare'as buvo perkeltas į aukštojo meno kategoriją, tekstams buvo suteiktos korektiškos prasmės, spektakliai vyksta prabangiuose ar į meniškumą pretenduojančiuose teatruose. O svarbiausia tai, kad jis tapo egzaminų tema, tad tie, kurie geriau jį iššifruoja, gauna aukštesnius pažymius ir galiausiai laikomi geresniais, protingesniais individais už tuos, kurių analizė buvo ne tokia įžvalgi. Kaipgi tekstas gali būti populiarus, jei jis tampa žmonių diskriminavimo priemone, iš kurios mokoma svetimos klasės mąstysenos ir jausmo įpročių? Bourdieu (1984) knygos, kaip rodo ir jos antraštė „Skirtumas", pagrindinis teiginys yra tas, kad kultūra naudojama atskirti klases ir grupes jų viduje bei maskuoti šių skirtumų socialinę prigimtį, perkeliant juos į universalias estetikos ir skonio kategorijas. „Aukštojo" meno sudėtingumas ar supratimo sunkumas pirmiausia panaudojamas tam, kad būtų įtvirtintas jo estetinis pranašumas „žemojo", akivaizdžiojo meno atžvilgiu, o paskui tam, kad jį suprantančios ir mėgstančios apsišvietusios buržuazijos pomėgis būtų natūraliai suvokiamas kaip aukštesnio lygio (ir kokybės) skonis. Aplink jį išsiplėtojo ištisa kritikos industrija, kad išaiškintų – o gal ir sukurtų – tą sudėtingumą ir užmaskuotai, bet tinkamai pažymėtų skirtumus tarp tų, kurie gali, ir tų, kurie negali jo įvertinti. Meno sudėtingumas yra klasinis skirtumas: jis veikia kaip kultūrinis turniketas – pro jį praeina tik turintys galiojančius bilietus, o masės atsijojamos.

Populiarusis menas, priešingai, apibūdinamas kaip paprastas ir sukelia tai, ką Bourdieu (1984: p. 486–488) vadina pasibjaurėjimu dėl paprastumo. Apie paprastą tekstą, atsiduodantį visiems, kas tik prieina, kalbama kaip apie lengvą – taikant tą patį terminą kaip „lengvo" elgesio moteriai, kuri „lengvai sugula". Tokie diskursyvūs ryšiai tarp nerespektabilaus, lengvo teksto ir nerespektabilaus seksualumo pratęsiami kitų kūniškų malonumų, ypač nerespektabilaus maisto valgymo, sąskaita. Taigi populiarūs tekstai yra ne vien „lengvi", bet ir „šleikštūs", „nusaldinti", „nevirškinami". Toks žodynas atspindi vaikišką, nesubrendusį, paprastą, neišlavintą skonį, kuris *pats savaime* neprilygsta brandžiam suaugusios buržuazijos skoniui. Diskursyviai sukonstruoti panašumai tarp vaikiškumo, moteriškumo ir subordinuotųjų klasių yra tipiškas pavyzdys, kaip patriarchalinės buržuazijos ideologija veikia kultūros srityje.

Tekstų perskaitymas – sudėtingas darbas, o populiarūs tekstai sudėtingi ir dėl to, kaip jie naudojami, ir dėl savo vidinės struktūros. Sodri santykių, nuo kurių priklauso reikšmės, tekstūra yra greičiau sociali, o ne tekstuali. Ją konstruoja ne teksto autorius, bet skaitytojas: tai vyksta interpretavimo momentu, kai skaitytojo socialiniai ryšiai susiduria su diskursyvia teksto struktūra. Serialas „Dalasas" yra sudėtingas tekstas todėl, kad tiek daug tokių skirtingų auditorijų gali sudaryti tiek daug ir tokių skirtingų sandūrų tarp jo ir savo socialinių ryšių. Visus jo dialogus, žmonių santykių perteikimus, psichologines gelmes, be galo subtilių problemų ir individo poreikių suderinimo su visuomenės poreikiais nagrinėjimą įmanoma perteikti tik užuominomis, kuo plačiausiais paviršiniais potėpiais. Bet būtent tai ir sudaro jo stiprybę. Tai trūkus tekstas, provokuojantis produktyviuosius skaitytojus įrašyti savo reikšmes, iš jo konstruoti savąją kultūrą.

Romano skaitytojui dažnai labai išsamiai nupasakojami veikėjo vidiniai jausmai ir motyvai. O televizijos žiūrovas visa tai privalo nuspėti iš kilstelėto antakio, nuleisto lūpų kampučio ar loginių kirčių tariant štampuotą tekstą. Rodydami, o ne pasakodami, škicuodami, o ne piešdami užbaigtą paveikslą populiarūs tekstai atsiveria socialinių aktualijų įvairovei. Uždaras, disciplinuotas tekstas veikia atpasakodamas ir atskleisdamas gilumines tiesas, jį greičiau reikia iššifruoti negu interpretuoti. Demonstruojant paviršių, vidus lieka neišpasakotas, neaprašytas; tekste lieka tarpai ir erdvės, kuriuos produktyvus skaitytojas (skaitytoja) užpildo savo socialine patirtimi ir taip konstruoja teksto ir tos patirties ryšius. Atsisakant teksto gilumos ir subtilių skirtumų, skaitytojui perduodama atsakomybė už jų susikūrimą. O mes žinome, kad bent jau kai kurie skaitytojai būtent tai ir daro. Pavyzdžiui, tai, kaip kai kurios moterys apibūdina muilo operų personažus, rodo, kaip savitai jos užpildo ar, veikiau, pripildo gyvybės jų emocinius išgyvenimus – taip išsamiai juos charakterizuodamos, kaip ir bet kuriuos personažus, sukurtus psichologinių pjesių dramaturgo. Produktyvumas dažniau pasireiškia ne rašant, o interpretuojant tekstą.

Teksto skurdumas ir intertekstualumas

Už populiariųjų tekstų skurdumo kritikos slypi nepastebima prielaida, kad tekstas turi būti rafinuotu, užbaigtu ir nepriklausomu objektu, vertu gerbti ir išsaugoti: universitetai, muziejai ir meno galerijos kuruoja vien tokius tekstus. Bet populiariajai kultūrai tekstas kaip objektas tėra paprasta prekė, ir todėl minimaliai išdailinama (siekiant sumažinti gamybos išlaidas), neužbaigta ir nepakankama – kol (ir jeigu) ji nebus įsisavinta kasdieniame žmonių gyvenime. Tai – nepagarbiai vartojamas išteklius, o ne žavėjimosi ir garbinimo objektas.

Daugelis šiuolaikinių kultūros teorijų teigia, kad visi tekstai yra neužbaigti ir kad visus juos reikia studijuoti tiktai intertekstualiai pagal suvokimo būdus – bet socialinė ir mokslinė teksto analizės, išsaugojimo ir pateikimo praktika vis dar suteikia „estetiškam" tekstui tam tikrą baigtinumo, pakankamumo ir respektabilumo reikšmę, kuri nėra tinkama populiariesiems tekstams. Populiariuosius tekstus reikia suvartoti ir išmesti, nes jų vienintelė funkcija – būti prasmių ir malonumų apyvartos visuomenėje priemone; kaip objektai jie yra beverčiai.

Džinsai, eksponuojami mados muziejuje, nėra visiškai bereikšmiai, – tai priklauso nuo jų ryšio su kitais eksponuojamais drabužiais, kurie gali perteikti daugybę apibendrintų dvidešimtojo amžiaus Amerikos prasmių, – bet jie vis dėlto išlieka skurdžiu tekstu. Jų prasmes galima atgaivinti tik tarptekstiškai, aprėpiant būdus, kaip jie buvo reklamuojami prekyboje, kaip dėvimi, ką apie juos kalbėjo ir ką manė dėvėtojai; kokias reikšmes jiems suteikė spaudos ir kitų socialinių institucijų komentatoriai. Kitaip tariant, populiariosios kultūros tyrimas yra prasmių apyvartos tyrimas. Kai tekstas, traktuojamas kaip išskirtinis objektas, tai ši apyvarta dirbtinai sustabdoma tam tikru (galbūt patogiu) momentu, kai pabrėžtinai išskiriamas teksto vaidmuo. Populiarusis tekstas yra ne objektas, o veiksnys ir išteklius.

Taip Madonna (žr. *Reading the Popular*, 5a ir 5b skyrių) pateko apyvarton tarp kai kurių feminisčių kaip patriarchalinių vertybių įkūnijimas; tarp kai kurių vyrų – kaip vujarizmo objektas; o tarp daugybės gerbėjų mergaičių – kaip įgalinimo ir išlaisvinimo veiksnys. Kaip tekstas, ar net kaip tekstų serija, Madonna nėra užbaigta, kol nepatenka į socialinę apyvartą. Jos lyčių politika priklauso ne nuo jos tekstualumo, bet nuo funkcionalumo. Madonna yra pavyzdingai populiarus tekstas, nes joje tiek daug prieštaravimų: ji perduoda ir patriarchalines moteriškojo seksualumo, ir jam prieštaraujančias prasmes: seksualumas yra *jos,* ir ji gali su juo elgtis kaip nori, nelaukdama vyriškojo palaiminimo. Jos tekstualumas siūlo ir patriarchatą, ir pasipriešinimą jam su nervinga, nestabilia įtampa. Ji yra pertekliška ir akivaizdi; ji peržengia visas seksualaus moters kūno normas ir jų akivaizdumą parodo demonstruodama savo pilvą. Jos bambos seksualizavimas – tai patriarchališkumo, erotizuojančio moters kūno dalis, parodija: ji yra patriarchalinis tekstas, persmelktas skepticizmo.

Pati anaiptol netapdama pakankamu tekstu, Madonna provokuoja prasmes, kurių kultūrinis efektas gali būti ištirtas tik atsižvelgiant į įvairialypea ir dažnai prieštaringas apyvartas. Populiarioji kultūra cirkuliuoja tarp tekstų: juose aš išskyriau pirminius tekstus (originalias kultūros prekes – tokias, kaip pati Madonna ar džinsai); antrinius tekstus, kurie tiesiogiai siejasi su pirminiais (reklama, reportažai spaudoje, kritika); ir tretinius tekstus, dalyvaujančius nuolatiniame kasdienio gyvenimo procese (pokalbius, džinsų dėvėjimo ar gyvenimo bute būdus, spoksojimą į vitrinas ar Madonnos šokio judesių mėgdžiojimą mokyklos vakarėlyje) (žr. Fiske 1987a, 1987b). Visi – pirminiai, antriniai ir tretiniai – Madonnos tekstai yra nepakankami ir neužbaigti. Madonna tėra tarptekstinė savo prasmių ir malonumų apyvarta: ji nėra nei tekstas, nei asmuo, o tik procese dalyvaujančių prasmių rinkinys. Nors ją tirti įmanoma vien iš jos tekstų bei juos susiejant, nes būtent šiais momentais išryškėja procese dalyvaujančios reikšmės, patys tekstai nėra reikšminiai objektai, o populiariosios kultūros veiksniai, akimirkos ir ištekliai.

Kai filmas „Švytėjimas“[14] pirmą kartą pasirodė Didžiosios Britanijos ekranuose, spauda paleido į apyvartą skirtingas su juo susijusias prasmes, skirtas skirtingoms socialinėms klasėms. Aukštesniesiems skaitytojų sluoksniams skirti laikraščiai jį pristatė kaip Stanleyo Kubricko filmą; jie nurodė pagrindinius epizodus kaip autorinio braižo pasireiškimą (pavyzdžiui, ilgus, siaubo kupinus iš paskos koridoriais sėlinančia kamera filmuotus kadrus), o tarptekstinius ryšius susiejo su autoriumi kūrėju. Antra vertus, bulvarinė spauda pabrėžė filmo žanro ypatumus, siedama jį ne su kitais Kubricko, o su kitais siaubo filmais: pasirinko šiurpiausius epizodus ir vertino jį remdamasi žanro, o ne autorystės kriterijais ir palyginimais. Leidinys „Spare Rib“ savo feministinės pakraipos skaitytojoms filmą interpretavo kaip dar vieną moterų žeminimo pavyzdį, taip jį intertekstualiai apibendrindamas, pačia plačiausia ir atvirai politine prasme susiedamas su patriarchaliniu kinu (ir kultūra).

Intertekstualumas nėra išskirtinis populiariosios kultūros bruožas – jis aptinkamas ir aukštosios kultūros filmo „Švytėjimas“ interpretacijų centre, bet veikia skirtingai. Aukštosios kultūros tarptekstiniai ryšiai, organizuojami aplink autoriaus menininko ašį, yra ribotesni negu organizuojami aplink žanro arba lyčių politikos ašis ir gerai tinka prie teksto kaip meniško objekto statuso. Juk iš tiesų autoriaus menininko garbinimas būtinai siejasi su teksto garbinimu. Populiariojoje kultūroje tekstas ar menininkas garbinami mažiau, o pagrindinis objektas yra atlikėjas. Bet atlikėjas, kaip Madonna, egzistuoja tik intertekstualiai. Joks koncertas, albumas, klipas, plakatas ar albumo viršelis nėra pakankamas Madonnos tekstas. Tarptekstinė kompetencija populiariajam kūrybingumui yra svarbiausia kuriant prasmes iš tekstų.

[14] „The shining“.

Populiariojoje kultūroje individualaus teksto skurdumas siejasi ne tik su tarpteksti-niais jo skaitymo įpročiais, bet ir su jo efemeriškumu ir kartotinumu. Kultūrinę prekę reikia nuolat atgaminti ne tik dėl pramonės poreikio, bet ir dėl populiariosios kultūros jėgų. Individualaus teksto skurdumas ir pabrėžtinai nuolatinė prasmių apy-varta reiškia, kad populiariąją kultūrą ženklina pakartojimai ir serijiškumas, o tai, be kitų pasekmių, leidžia jai lengvai pritapti prie kasdienio gyvenimo rutinos. Žurnalai leidžiami kartą per mėnesį ar savaitę, įrašai transliuojami nuolat, televizija organi-zuota į laidų serijas ir serialus, drabužiai sunešiojami ir išmetami, videožaidimai vis žaidžiami, sporto rungtynės vyksta reguliariai – populiarioji kultūra grindžiama kartojimais, nes joks atskiras tekstas nėra pakankamas, joks tekstas nėra užbaigtas objektas. Kultūrą sudaro tik prasmės ir malonumai, kuriami nenutrūkstamai.

Dėl savo neužbaigtumo visi populiarūs tekstai neturi uždarų ribų: jie įsilieja vienas į kitą ir į kasdienį gyvenimą. Daryti skirtumą tarp tekstų taip pat klaidinga, kaip ir daryti skirtumą tarp teksto ir gyvenimo. Populiariąją kultūrą galima tyrinėti tik intertekstualiai, nes ji egzistuoja tik šioje tarptekstinėje apyvartoje. Pirminių ir antrinių tekstų tarpusavio santykiai peržengia visas užtvaras tarp jų; lygiai taip pat santykiai tarp tretinių ir kitų tekstų peržengia užtvaras tarp jų ir gyvenimo. Kaip teigia Bourdieu (1984), vienas iš esminių aukštosios ir populiariosios kultūrų skiriamųjų bruožų yra tas, kad pastaroji griežtai atsisako laikytis bet kokio atstumo tarp estetiškumo ir kasdienybės (žr. 6 skyrių). Tik užbaigtas, garbinamas tekstas, pamiltas buržuazijos, turi naudos iš tokio estetinio atsitolinimo.

Taigi populiariosios kultūros tekstai pilni spragų, prieštaravimų ir neatitikčių. Būtent tai, ką estetiškoji kritika pavadintų nesėkmėmis, ir įgalina populiarųjį tekstą sukelti produktyvią interpretaciją; jie leidžia jam skirtingai „kalbėti“ skirtinguose kontekstuose skirtingais interpretavimo momentais, bet ši laisvė turi nuolat priešin-tis tekstinėms (ir socialinėms) jėgoms, kurios stengiasi ją riboti. Populiarusis teks-tas yra kovos tarp uždarumo ir atvirumo, tarp skaitomumo ir produktyvumo, tarp peršamos prasmės homogeniškumo ir perskaitymų heterogeniškumo tekstas. Jis atgamina ir atkuria kovą tarp drausminančios socialinės tvarkos galios ir daugybės jai besipriešinančių galių, tarp įvairovės iš apačios į viršų nukreiptų galių, visokiais būdais besivaržančių su gerokai vieningesne iš viršaus į apačią nukreipta galia.

Populiarieji tekstai privalo siūlyti populiarias prasmes ir malonumus – populiario-sios prasmės konstruojamos iš teksto ir kasdienio gyvenimo aktualumo, o populiarūs žmonių malonumai kyla iš šių prasmių kūrybos, iš *galios* juos kurti. Mėža malonumo priimti gatavas prasmes, kad ir kokios tinkamos jos būtų. Malonumas atsiranda ir iš galios bei proceso, kuriuo susikuriamos prasmės remiantis teksto ištekliais, ir iš supratimo, kad šios prasmės yra „mūsų“, o ne „jų“. Populiarūs malonumai priklauso engiamiesiems, todėl juose turi būti opozicijos, vengimo, šokiravimo, įžūlumo, vulga-rumo, pasipriešinimo elementų. Malonumai, kuriuos siūlo ideologinis konformizmas, yra prislopinti ir hegemoniški, jie nėra populiarūs malonumai ir veikia prieš juos.

6 SKYRIUS

Populiarioji diskriminacija

Penktame skyriuje aptarėme kai kurias tekstų savybes, kurios leidžia jiems patekti į populiariąją kultūrą, bet šios savybės savaime negarantuoja, kad tekstas bus pasirinktas. Žmonės išsirenka iš kultūros pramonės siūlomų gaminių vienus ir atmeta kitus. Šis procesas dažnai būna netikėtas, nes jį ne mažiau lemia socialinės žmonių sąlygos negu paties teksto savybės. Todėl tokia populiarioji diskriminacija labai skiriasi nuo kritinės ar estetinės diskriminacijos, kuri klesti mokyklose ir universitetuose, vertinant intelektualams skirtus tekstus. Populiariajai diskriminacijai labiau būdinga domėtis funkcionalumu, o ne kokybe, nes šiuo atveju rūpinamasi potencialiu teksto panaudojimu kasdieniame gyvenime. Pasirinkimo procesas remiasi trimis kriterijais: aktualumu, semiotiniu produktyvumu ir vartojimo būdų lankstumu.

Aktualumas

Populiarioji kultūra atsiranda kapitalizmo pateikiamų kultūrinių išteklių ir kasdienio gyvenimo sandūroje. Todėl *aktualumas* yra pagrindinis kriterijus. Jei kultūrinis išteklius nesiūlo sąlyčio taškų, per kuriuos kasdienio gyvenimo patirtis galėtų su juo susišaukti, jis nebus populiarus. Kadangi kasdienybėje gyvename ir ją jaučiame įvairiai, kaitaliodami savo socialines priklausomybes, tų sąlyčio taškų turi būti daug – trumpalaikių ir labiau atvirų socialiniams, o ne tekstiniams apsisprendimams.

Todėl populiarioji diskriminacija labai skiriasi nuo estetinės, kurią taip aukštai vertina buržuazija ir kuri yra taip efektyviai instucionalizuota kritikų bendruomenėje. „Kokybė“ – buržuazijos numylėtas žodis, nes juo universalizuojamos šios klasės meno formos ir kultūriniai skoniai, – čia netinka. Estetiniai vertinimai yra antipopuliarūs – jie neigia, kad tas pats tekstas, keliaudamas tarp daugelio priklausomybių socialinės santvarkos viduje, gali būti įvairiai perskaitytas ir atlikti

daugybę funkcijų. Estetikos vertinimai nukreipti į teksto struktūrą, todėl ignoruoja socialinius ryšius, kuriais tarpusavyje jungiasi tekstas ir kasdienis gyvenimas. Estetika neigia populiariojo meno trumpalaikiškumą, ji atsisako pripažinti, kad socialinė tvarka kinta, ir todėl menas, kuris šiandien yra aktualus, rytoj toks nebebus. Ji atsisako pripažinti paslankią priklausomybių, kurie sudaro „populiarybę" prigimtį: žmonės rytoj nebebus tokie kaip šiandien, o todėl tai, kas populiaru šiandien, nebebus populiaru rytoj. Estetika atsisako pripažinti, kad žmonės įvairiai pozicionuojasi socialinėje struktūroje ir kad iš socialinių skirtumų kyla kultūriniai skirtumai. Estetikai reikia kritiko – žynio, kuris kontroliuotų teksto prasmes ir reakcijas į tekstą, todėl ji reikalauja formalių ugdymo procesų, kad žmonės išmoktų vertinti „didįjį" meną. Estetika yra drausminanti sistema, buržuazijos pastanga įgyti kultūrinėje ekonomikoje tokią pat kontrolę kaip ir finansinėje. „Estetiniame diskurse vertinama... ne kas kita, kaip humanitarinė monopolija" (Bourdieu 1984: p. 491). Estetika yra išgryninta kultūrinė hegemonija, todėl populiarioji diskriminacija ją pagrįstai atmeta.

Aktualumo kriterijus, ne taip kaip estetinius, galima rasti tik skaitytojo socialinėje situacijoje; tekste jie gali egzistuoti tik kaip galimybė (potencialas), o ne kaip kokybė. Aktualumas – tai savybė, kuri atrandama ir sužadinama kiekvienu konkrečiu interpretacijos momentu: ne taip kaip estetika, aktualumas visiškai priklauso nuo laiko ir vietos. Kritikas ar analitikas gali identifikuoti teksto ypatybes, kurios sudaro jo potencialą, ir gali kelti hipotezes arba išpranašauti būdus, kaip jį galima sužadinti, tačiau tokios pranašystės visada bus atsitiktinės, dalinės – bet niekada patikimos. Jos taip pat nėra vertinamosios teksto prasme: viena interpretacija negali būti geresnė už kitą, jei pasirenkami ne estetiniai kokybės, o socialiniai aktualumo kriterijai. Populiariosios kritikos vertinimas tampa ne tekstualiu, o socialiniu ir politiniu veiksmu: kritikas stengiasi ištirti ir įvertinti iš teksto sukurto aktualumo socialinį politinį efektyvumą. Kritikui rūpi ne tai, koks pats tekstas *yra*, o tai, kas su juo daroma arba ką daryti jis yra sukurtas (nors, žinoma, tai, koks tekstas *yra*, iš dalies lemia tai, ką su juo galima padaryti). Aktualumą atranda arba susikuria skaitytojas; būtent jo kūrimo momentas ir procesas kultūros ekonomikoje atima iš teksto tą prekės vaidmenį, kurį jis vaidina finansų ekonomikoje. Taigi populiarioji diskriminacija tarp tekstų ir jų viduje veikia vadovaudamasi ne kokybės, o greičiau teksto ir kasdienio gyvenimo ryšio atpažinimo ir pasirinkimo požymiais. Tai reiškia, kad kiekvienas tekstas, bent jau teoriškai, gali pateikti tiek pat aktualumų, kiek jo skaitytojus sieja skirtingų socialinių priklausomybių. Iš tiesų Eco (1986: p. 141) teigia, kad socialiai susijusias reikšmes galima išgauti iš tokio, atrodytų, nelankstaus teksto kaip reklama, o tos reikšmės gali būti net revoliucingos:

> *Pranešimai siunčiami iš Šaltinio ir patenka į konkrečias sociologines situacijas, kuriose veikia skirtingi kodai. Milano banko tarnautojui per televiziją*

parodyta šaldytuvo reklama reiškia stimulą pirkti, bet neturinčiam darbo Kalabrijos kumečiui tas pats vaizdas patvirtina, kad egzistuoja klestėjimo pasaulis, kuriam jis nepriklauso ir kurį reikia užkariauti. Todėl aš manau, kad depresijos apimtose šalyse televizijos reklama turi revoliucinio pranešimo poveikį.

Hodge'as ir Trippas (1986) ištyrė, kaip moksleiviai susikūrė sudėtingą aibę sąsajų tarp savo socialinės padėtis mokykloje ir nuteistųjų kalėjime iš televizijos muilo operos „Kalinys" *(Prisoner)*. Metaforiškas kalėjimo ir mokyklos ryšys yra tinkamas, bet neakivaizdus: abi institucijos yra totalitarinės, abi skirtos iš savo pavaldinių padaryti tokius žmones, kokiais jie, visuomenės nuomone, privalo būti, o tai nebūtinai sutampa su tuo, kokie tie žmonės mano esą ar kokie norėtų būti. Yra analogijų tarp kalėjimo prižiūrėtojų ir mokyklos personalo: prižiūrėtojai įkūnijo daugelį mokytojų stereotipų: šiurkštų, nejautrų, priekabų; jauną, malonų, su kuriuo mokiniai gerai sugyvena; padorų, mandagų, tačiau griežtai baudžiantį už prasižengimus, ir taip toliau. „Kalinyje" parodytos ir pasipriešinimo strategijos: visai kaip moksleiviai, kaliniai prižiūrėtojų akivaizdoje mitriai tarp savęs bendrauja slaptąja mirksnių, bakstelėjimų ir slengo kalba. Kalėjime kovojama dėl įvairių sričių kultūrinės kontrolės. Skalbykla, kurioje vyksta didžiuma veiksmo, tapo nuolatinio mūšio dėl to, kas turėtų kontroliuoti šią teritoriją – kaliniai ar prižiūrėtojai, – lauku. Tokios pat teritorinės kovos per pertraukas vyksta ir mokyklos tualetuose bei dviračių saugyklose. Bendrai paėmus, „Kalinį" moksleiviai interpretavo ir panaudojo išreikšdami ir savaip įprasmindami subordinuotą ir bejėgišką savo padėtį institucinėje socialinėje struktūroje. Jie filmą interpretavo labai aktyviai, išreikšdami savo socialinę patirtį ir taip paversdami ją savo populiariosios kultūros dalimi – ne todėl, kad jis buvo prekė, o todėl, kad suteikė jiems diskurso išteklius, leidžiančius kurti savo populiariąją kultūrą. Kartai tai prasiveržda vo jų žaidimuose mokyklos kieme. Pavyzdžiui, Palmer (1986) tyrinėjo atvejį, kai mokiniai draugiškai nusiteikusio mokytojo paprašė suvaidinti itin nemalonaus prižiūrėtojo vaidmenį, nes svarbus buvo mokytojo-prižiūrėtojo socialinis vaidmuo ir jam skiriamos socialinės galios, o ne jį vaidinančio individo asmenybė. Žiūrovai įtraukė „Kalinį" į savo populiariąją kultūrą, nes filme atrado, o paskui pasinaudojo panašumais tarp jo ir savo socialinės padėties.

Katzo ir Liebeso (1984, 1985, 1987) bei Ang (1985) darbai įrodė, kad „Dalaso" serialas siūlo nepaprastai plačią aktualumų įvairovę žiūrovams visame pasaulyje. „Dalasas" – tai prasmių supermarketas, kuriame žiūrovai išsirenka prasmes, o paskui jas naudoja savo kultūros virtuvėje. Toks arabų „Dalaso" reikšmių „patiekalas" labai skiriasi nuo žydiško; olandas marksistas ir olandė feministė interpretuoja jį visiškai skirtingai, bet vienodai aktualiai. „Dalasas" pateikia ir prokapitalistines, ir antikapitalistines, propatriarchalines ir antipatriarchalines prasmes. Jis leidžia žiūrovams susikurti savas reikšmes: turto ir laimės, komercinių

santykių, lytinių santykių ir santykių šeimoje; jis įvairiopai vertina kapitalizmą ir giminystės ryšius. Kad ir kokia prekė filmas yra finansų ekonomikoje, bet kultūros ekonomikoje tai – turtingas kone beribių išteklių, iš kurių galima formuoti įvairiausias populiariąsias kultūras, bankas.

Populiariosios kultūros malonumai patiriami suvokiant ir panaudojant šiuos sąlyčio taškus ir pasirenkant tas prekes iš kultūros industrijos gaminamo repertuaro, kuriomis galima naudotis kuriant populiarias prasmes iš populiarios socialinės patirties. Bet atitikmenų kūrimas nereiškia, kad socialiniai dalykai painiojami su tekstu. Populiariojoje diskriminacijoje puikiai suprantamas skirtumas tarp realios socialinės patirties ir tekstinės reprezentacijos, net jei taip sukuriamas aktualumas, leidžia joms abiem sąveikauti ir viena kitą praturtinti. Tarp socialinių jėgų ir vertybių reprezentacijų bei jų potyrio kasdieniame gyvenime esama skirtumo. Populiariųjų tekstų skaitytojai kada panorėję įžengia į simbolinį teksto pasaulį ir iš jo parsineša prasmes ir malonumus, kuriuos patys pasirinko. Kai kasdienio gyvenimo patirtys prieštarauja teksto vaizduojamam pasauliui, tai yra kai socialinės prasmės prieštarauja teksto prasmėms, ima dominuoti socialinės prasmės, nes kasdien bendraujant su kitais žmonėmis patiriamas visuomenės atlygis arba nuobauda nuolat stiprina socialines prasmes. Kad ir kiek viena kitą stiprintų tekstų prasmės, jos negali prilygti tokiai galingai stiprinimo sistemai. Iš to išplaukia, kad net tuo atveju, kai kiek išgalėdami sieksime pakeisti socialines prasmes ir tekstines reprezentacijas – tarkime, moterų arba nebaltųjų rasių, tokie pokyčiai gali vykti tik pamažėle ir evoliuciškai, o ne radikaliai ir revoliuciškai, jei norime, kad tekstai išliktų populiarūs. Per daug radikalūs pokyčiai sugriautų aktualų teksto simbolikos ir socialinės patirties atitikimą: pavyzdžiui, „Čarlio angelai“ *(Charlie's angels)* arba „Kegni ir Leisi“ netaptų populiariais serialais, jeigu moterims detektyvėms būtų leista veikti be jokio patriarchalinio dominavimo. Jos atrodytų nerealios, nes trūktų aktualaus ryšio su kasdiene socialine moterų patirtimi, kuri niekada neištrūksta už patriarchalinių struktūrų ribos. Populiarūs tekstai gali būti progresyvūs todėl, kad skatina gamybą prasmių, kurios padeda destabilizuoti ir keisti socialinę santvarką, tačiau jie niekada negali būti radikalūs tiek, kad oponuotų kaktomuša arba ragintų nuversti šią santvarką. Populiarioji patirtis visada formuojasi dominuojančiose struktūrose, o populiarioji kultūra imasi populiariųjų erdvių šiose struktūrose kūrimo ir plėtimo. Populiariosios prasmės ir malonumai niekada nebūna laisvi nuo pavaldumą palaikančių jėgų – jų esmė ir yra galimybė oponuoti, priešintis, vengti arba užgaulioti šias jėgas. Aktualumo poreikis reiškia, kad populiarioji kultūra gali būti progresyvi arba įžūli, tačiau niekada negali radikaliai išsilaisvinti iš visuomenės, kurioje ji yra populiari, galių struktūros.

Nors etnografiniai tyrinėjimai, kaip žmonės naudojasi žiniasklaidos priemonėmis, buvo naudingi, nes pademonstravo, kaip ir kodėl vyksta populiarioji diskriminacija, ir atskleidė, kokios aktualumo sankirtos gali būti sukonstruotos kiekvienu

atskiru interpretacijos atveju, tai nėra vienintelis populiariosios kultūros aktualumo tyrimų būdas. Tam gali būti pravartus ir platesnio masto sisteminis arba struktūrinis metodas.

Šiandienė populiarioji kultūra yra smurtinė. Pripažinus aktualumą lemiamu populiarumo bruožu, mums tektų ieškoti socialinių, o ne psichologinių šio reiškinio priežasčių. Teigti, kad žmogaus prigimtis iš esmės yra smurtinė ir todėl siekdama populiarumo masinė žiniasklaida turi apeliuoti į žemiausius žmogaus instinktus – reikštų ignoruoti du faktus: pirma, tik *nedaugelis* smurtinių filmų, knygų ir televizijos programų tampa populiarios (daug prievartos tekstų atmetama), o smurtas juose yra taip griežtai cenzūruojamas, kad, pavyzdžiui, nerasime net ir smurtingiausių populiariųjų tekstų, kuriuose atstumiančios išvaizdos vidutinio amžiaus ispaniškai kalbanti herojė paeiliui žudytų jaunus gražius baltaodžius piktadarius.

Dar daugiau įtarimų kelia sveiko proto diktuojamas aiškinimas, kad smurtas populiarus dėl to, kad atliepia žemiausius žmogaus instinktus, nes šio argumento gynėjai žemuosius instinktus linksta priskirti tik žemesniosioms klasėms, tuo dailiai maskuodami savo išaiškinimo klasinę prigimtį.

Smurto vaizdavimas yra populiarus (o realus smurtas visuomenėje – ne), nes jis suteikia galimybę atrasti aktualumo taškus žmonėms, gyvenantiems tokiose visuomenėse, kuriose galios ir ištekliai nevienodai paskirstomi pagal prieštaringų interesų ašis. Televizijos rodomas smurtas yra konkretus simbolis klasinio (ar kokio nors kito) konflikto, egzistuojančio visuomenėje. Bet kuriuo konkrečiu momentu visuomenės pasirinkti kaip populiariūs herojai ir herojės geriausiai išreiškia jos dominuojančias vertybes. Antra vertus, populiarieji piktadariai ir aukos įkūnija nuo šios normos nukrypstančias vertybes. Personažo šansai likti gyvam ir ne už grotų populiarios televizijos laidos ar filmo pabaigoje didėja priklausomai nuo to, ar jis įkūnija šias vertybes: vyriškumą, jaunystę, patrauklumą, anglosaksišką būdą, nenusakytą arba viduriniąją klasinę priklausomybę, kilmę iš didmiesčio ir veiklumą. Priešingai: kuo ryškiau personažas įkūnija skirtingas ar nuo normos nukrypusias socialines vertybes, tuo didesnė tikimybė, kad jis ar ji bus auka arba piktadarys. Aukomis tampa tie, kurie įkūnija socialiai nuskriaustų grupių bruožus (nes buržuazinė ideologija paradoksaliai teigia, kad būti privilegijuotu yra normalu). Įdomu tai, kad piktadariai yra panašesni į herojus ar herojes, tačiau paprastai turi dvi tris neigiamas savybes (ne to amžiaus arba rasės, mažiau fiziškai patrauklūs – nes socialinis moralumas šabloniškai įkūnijamas kūno grožiu!).

Smurtas (t. y. fizinis konfliktas) yra populiarus, nes jis metaforiškai siejasi su klasiniu ar socialiniu konfliktu. Socialiai vidutiniškų ar dominuojančių ir nukrypusių nuo normos žmonių tarpusavio santykių populiarus vaizdavimas įgauna smurtinį pavidalą, nes valdomųjų socialinė patirtis sako, kad tie santykiai yra interesų konfliktas, o ne liberalaus pliuralistinio ar ritualinio konsenso siekimas. Tad nenuostabu, kad Jungtinėse Valstijose, kur skirtumas tarp turinčiųjų ir neturinčiųjų

pasiekė kraštutinę ribą, populiarioji televizija yra brutaliausia, o Didžiojoje Britanijoje ir Australijoje, kur socialinės apsaugos ir mokesčių sistemos švelnina *kai kuriuos* socialinius ekonominius skirtumus, ekranuose per valandą parodoma mažiau smurtinių veiksmų, Sovietų Sąjungos televizija – mažiausiai smurtinė.

Smurtą daro populiarų socialinė sistema, o ne žemi piliečių polinkiai: smurto šaknų reikia ieškoti ne individo moralėje, o visuomenėje. Tad galima spėti, kad judėjimui už smurto išvarymą iš mūsų ekranų vadovaus viduriniosios klasės moralizuotojai. Apkaltinę dėl socialinio smurto televiziją, jie gali išvengti nemalonių apmąstymų apie tai, kad galbūt jų socialiai privilegijuota padėtis labiausiai provokuoja didžiumą smurtinių ir kriminalinių veiksmų tarp socialiai išnaudojamųjų. Televizija ir tariamas jos „masinės" auditorijos patiklumas tampa patogiais atpirkimo ožiais, kuriems galima perkelti socialinę atsakomybę už savo privilegijuotą padėtį.

Ironiška, bet buvo galima nuspėti, kad aštuntojo dešimtmečio pabaigoje tokiai kampanijai padarius įtaką JAV televizijos kanalams ir sumažinus ekranuose rodomo smurto srautą transliuotojai, siekdami išlaikyti populiarumą, griebėsi kitos smurto formos, kylančios iš kitos socialinės nelygybės – vizualios prievartos prieš moteris. Šis sumažėjusio televizinio smurto laikotarpis buvo pavadintas „papų ir subinių" laikotarpiu (D'Acci 1988). Beje, nėra jokių įrodymų, kad dėl tokio posūkio iš tiesų sumažėjo smurto realiame gyvenime: labai nustebtume, jei būtų atrastas nors vienas toks įrodymas.

Smurtas yra populiarus, nes jis yra konkretus socialinio dominavimo ir subordinacijos simbolis, o kartu simbolizuoja ir pasipriešinimą engimui. Socialiai ir rasiškai skriaudžiami žmonės gali matyti, kaip jų atstovai konfliktuoja su dominuojančiomis jėgomis: ypač malonu, kad iš pradžių konfliktuose juos *lydi sėkmė*: piktadariai laimi visas kovas, išskyrus paskutinę, lemiamą. Grįžęs iš Meksikos kolega man pasakojo, kad serialas „Majamio dorovės policija" *(Miami Vice)* ten populiarus dėl tos priežasties, kad jame lotynų amerikiečiai (nesvarbu, kad piktadariai) vaizduojami su visais sėkmės baltųjų visuomenėje atributais: populiarusis malonumas stebint narkotikų verslo bosų vilas, katerius, limuzinus, tarnus, moteris ir baseinus gerokai užgožia jų galutinio pralaimėjimo Crockettui ir Tubbsui įspūdį – tiesą sakant, aktualumo konstravimui galutinis pralaimėjimas tvarką palaikančioms jėgoms yra būtinas.

Taip pat reikia pažymėti, kad smurtas yra vyriškų populiariųjų kultūrų sudedamoji dalis. Taip sakydami neneigiame, kad daug moterų smurte įžiūri malonumų, tik nurodome, kad vyriškumui būdinga pasitelkti smurtą kaip kultūrinį išteklių kuriant valdomųjų pasipriešinimo prasmes. Patriarchalinė vyriškumo ideologija kelia kultūrinį nerimą daugeliui subordinuotų vyrų, nes ekonominė sistema, kurią ji palaiko, nesuteikia socialinių priemonių kontrolei ir galioms, nuo kurių, kaip teigia pati ideologija, priklauso jų vyriškumas. Sylvesteris Stallone – ar Rembo, ar Rokio vaidmeniu – smurtauja pavaldžiosios rasės arba klasės kūnu,

kurio raumenys valdiniams simbolizuoja vienintelę jiems prieinamą priemonę siekti, tegu simboliškai, tikrojo vyriškumo.

Šioje populiariojoje vyriškoje kultūroje moterys dažniausiai vaizduojamos kaip aukos arba kekšės – tai dvi pagrindinės metaforos, kuriomis jų pavaldumas vyrams gali būti produktyviausiai išreikštas. Populiariojoje kultūroje galių ašys gali viena kitą stiprinti, viena kitai prieštarauti arba viena kitą atsverti. Todėl klasinis subordinavimas gali egzistuoti greta lytinio dominavimo, rasinio pranašumo jausmas – kartu su klasiniu nevisavertiškumu, arba rasinė priespauda – su lytiniu šovinizmu. Tiek socialiai, tiek diskursyviai galia patiriama ir ja naudojamasi santykinai izoliuotose srityse.

Tokių populiariųjų jėgų politiką apskritai sunku atriboti. Tos prasmės, kurias Australijos aborigenai priskiria Rembo, galbūt dažnu atveju sutampa su baltųjų fizinio darbo atstovų („mėlynųjų apykaklių“) interpretacijomis, gali būti progresyvios rasių ir klasių politikos atžvilgiu, bet labai reakcingos lyčių politikos srityje. Aš tikrai nesu girdėjęs, kad feministės kokiu nors būdu būtų savinusios Rembo. Bet Flitterman (1985) teigia, kad seriale „Magnum, P.I. “ operatoriaus darbas, pasakojimo struktūra vyrišką Tomo Selleck'o kūną pateikė taip, kad jo raumenys būtų priimtini moterims: viena serialo konvencijų buvo rodyti Selleck'o kūną (dažniausiai paplūdymyje) taip, kad jo vyriškosios galios būtų ne taip akivaizdžiai išreikštos, o pasakojimo koviniuose epizoduose nebūtų pabrėžtinai demonstruojamos. Tai labai skiriasi nuo tekstinių Stallones raumenų vaizdavimo filmuose apie Rembo.

Kad ir kokie produktyvūs būtų populiariųjų tekstų skaitytojai, už teksto ribų jie negali išrasti *bet kokių* prasmių – lygiai kaip jie nesiims skaityti *bet kokio* jiems pakišto teksto. Jie pasirinks tik tuos tekstus, kurie suteiks tikėtinų progų partizaniškai užpuolus išvengti hegemonijos nelaisvės. Todėl, nors moterys gali pajusti malonumą stebėdamos Stallone's – Rembo kūną, nepasitenkinimas su juo siejamu ypač vyrams būdingu smurtu daugeliui moterų gali pasirodyti nevertas rizikos, kad vykdytų partizanišką išpuolį. Tačiau Magnumo smurtas yra mažiau pastebimas, retesnis, dažnai maskuojamas parodija ir humoru – visa tai sumažina galimybes moterims partizanėms patekti į hegemoniško vyriškumo spąstus.

Populiariąją kultūrą apibūdina ne smurtas pats savaime, o tik tas smurtas, kurio struktūrinės ypatybės iš jo sukuria galių pasiskirstymo visuomenėje metaforą. Smurtiniai santykiai turi sietis su socialiniais, jei norime, kad jų atvaizdavimai leistų valdiniams susikurti socialiai aktualias, todėl teikiančias malonumą prasmes.

Bourdieu teigia, kad vienas esminių skirtumų tarp viduriniosios ir darbo klasės skonių yra skirtumas tarp distancijos ir dalyvavimo. Viduriniosios klasės „distancija“ yra dvejopa sąvoka, nes ji apima ir skaitytojo nutolimą nuo meno kūrinio, ir kūrinio atitolinimą nuo kasdienio gyvenimo banalybės. Bet darbininkų klasės skonis linksta prie dalyvavimo – tai reiškia, kad skaitytojas dalyvauja meno kūrinio

potyryje, o meno kūrinys dalyvauja kasdieninio gyvenimo kultūroje. Buržuazijos estetika reikalauja, kad jos menas būtų vertinamas pagal tai, kiek jis apeliuoja į universalias žmogiškąsias ir estetines vertybes, o ne į „čia ir dabar" specifiką: net jei kai kurie meno kūriniai gali būti realistiniai ir atvirai demonstruoti kasdienybės smulkmenas, viduriniosios klasės „vertinimas" turi žvelgti giliau, į po paviršiumi glūdintį visuotinumą. Aktualus sutikima tiesioginiu žmogaus socialiniu kontekstu nėra viduriniosios klasės meno vertinimo ir mėgavimosi juo kriterijus. Šis estetikos atskyrimas nuo kasdienybės atsispindi ir menininko ar atlikėjo atskyrime nuo skaitytojo ar žiūrovo, ir teksto atskyrime nuo jo interpretatoriaus. Tai – pagarbos, kritinio vertinimo distancija, kuri visiškai skiriasi nuo populiariojo gerbėjo ir žvaigždės ar mėgstamo personažo susitapatinimo, nuo dalyvavimo tekste ar vaidinime.

> *Vienas esmingiausių skirtumų tarp populiariųjų pasilinksminimų – liaudiškų Pančo ir Džudės lėlių vaidinimų, profesionalų reslingo imtynių, cirko, net kaimynystėje esančio senojo kino teatro ar futbolo rungtynių – ir buržuazinių pasilinksminimų yra auditorijos dalyvavimas. Pirmuoju atveju jis yra nuolatinis ir išreikštas (šūksniai, švilpimas), kartais tiesioginis (įsiveržimas į sceną ar į žaidimo aikštę). Antruoju atveju dalyvaujama su pertrūkiais, atitolus, labai ritualizuotai, su privalomais aplodismentais ar net entuziastiškais valiavimais pasibaigus reginiui. Džiazo, buržuazinio pasilinksminimo, imituojančio populiarųjį pasilinksminimą, išimtis yra tik menama: dalyvavimo ženklai (ritmiški plojimai ar trypimas kojomis) apsiriboja begarsiu gesto pavaizdavimu (bent jau „free" stiliaus džiaze)* (Bourdieu 1984: p. 488–489).

Tokia nutolusi, kritiškai vertinanti buržuazinė auditorija ryškiai kontrastuoja su muilo operų ar roko koncertų gerbėjais, kurie savo garbinimo objektų vyksme dalyvauja kuo įvairiausiais būdais. (Įdomu spėlioti, ar tarp prisiekusiųjų aistringų Dickenso gerbėjų devynioliktajame amžiuje buvo daugiau iš subordinuotųjų skaitytojų ir ar respektabilesni skaitytojai išlaikė didesnę kritinę [kartu buržuazinę] distanciją).

Populiarus dalyvavimas meno formose atsigamina populiariojo meno formų dalyvavimu kasdieniame gyvenime. Bourdieu teigia, kad populiarusis skonis integruoja estetinį vartojimą į kasdieninio vartojimo pasaulį, nerodydamas meno objektui jokios ypatingos pagarbos – tekstas naudojamas kaip bet kuri kita prekė ir, kaip kitos prekės, išmetamas, jei nebėra naudingas. Kasdienio gyvenimo kriterijai taikomi meno kūriniams, todėl jie veikia per aktualaus sąlyčio taškus tarp to, ką Bourdieu vadina „meno daiktais" ir „gyvenimo daiktais".

Populiariajam skoniui tinkamas menas turi tarnauti kuriam nors tikslui arba būti prasmingas. Bourdieu teigia, kad viduriniosios klasės požiūriu barbariška klausti, *kam* reikalingas menas, nes taip kvestionuojamas jo nesuinteresuotumas ar nutolinimas. Bet populiarusis menas vertinamas tiek, kiek jis atitinka interesus,

tai yra, kiek jis domisi kasdieniu gyvenimu ir nuo jo nenutolsta. Darbininkų klasė tikisi, kad kiekvienas įvaizdis atliks savo funkciją, o ji galės šią funkciją įvertinti pagal socialines malonumo, moralumo ar įprastumo normas.

Vaizdo žaidimų salonai būtent todėl yra populiarūs, ypač tarp valdomųjų vyrų (subordinuotų pagal klasę, amžių, rasę ar bet kokią šių grupių kombinaciją), kad per žaidimus galima apmąstyti ir praktiškai atkartoti patirčių skirtumą: viena vertus – vyriškosios galios ir sėkmės ideologijos, o antra vertus – asmeninio bejėgiškumo patirties (žr. „Reading the Popular", 4 skyrių). Žaidėjams automatai simbolizuoja kapitalistinę visuomenę, todėl kovojant su jais atkuriami socialiniai santykiai. Bet čia pasakojimas pateikiamas subordinuotųjų lūpomis – prasmės ir malonumai, kuriuos jie susikuria žaisdami, priklauso jiems, todėl žmogaus ir mašinos santykiai, lyginami su normalia socialinio gyvenimo patirtimi apvirsta aukštyn kojom.

Socialinėmis sąlygomis dirbančiojo su mašina įgudimas kuria didesnį pelną savininkams, o vaizdo žaidimų salone viskas vyksta priešingai. Daugelis žaidėjų su pasididžiavimu skelbia, kaip ilgai jie gali žaisti už vieną monetą (dažnai, manyčiau, pafantazuodami kaip meškeriotojai), o kai kurie atvirai reiškia pasitenkinimą, laimėję viso vakaro pramogas mažiau kaip už dolerį. Jie supranta, kad pergudrauja sistemą, kai savo pastangomis laimi mažas partizaniškas pergales prieš savininkų strategijas. Žaidimų vadovas (tam tikras partizaniškos taktikos vadovėlis) to neslepia:

> *Gamintojai kuria vis sudėtingesnius naujus žaidimus. Jų tikslas – kad išleistumėte daugiau pinigų. Net žaidimų, kurie kadaise buvo paprasti, naujosios versijos tampa monetų rijikėmis... Jūs turite išmokti duoti atkirtį.* (Consumer Guide 1982: p. 64; žr. „Reading the Popular", 4 skyrių).

Be to, žaidėjai patiria didelį malonumą manipuliuodami ekrane besirutuliojančiu pasakojimu. Valdymo svirtis ir šūvio mygtukas suteikia jiems daugiau kontrolės negu televizijos žiūrovams, nes televizijos vyksmo kontrolė apsiriboja pasakojimo prasmėmis, o vaizdo žaidimų žaidėjai gali daryti įtaką įvykių eigai – tiesa, neišeidami už bendrosios struktūros, kurią kontroliuoja automate įmontuota mikroschema. Žaidėjai gali dalyvauti vaizdo žaidimuose aktyviau negu televizijos laidose – Greenfeld (1984) įrodė, kad šis malonumas yra ypač svarbus vaikams. Dar kiti žaidėjai negailestingame vaizdo žaidimų pasaulyje, kur arba tu sunaikini pabaisą, arba pabaisa praryja tave, mato taiklią visuomenės už salono durų metaforą.

Vaizdo žaidimai yra aktualūs ir funkcionalūs, nes jų struktūrą galima susieti su socialine sistema, todėl juos žaidžiant gali įsikūnyti valdinių socialiniai santykiai, bet su viena esmine inversija – žaidimų salone pavaldžiojo įgūdžiai, sėkmė ir savigarba gauna atlygį ir pripažinimą, kokio jie niekada nesulaukia visuomenėje.

Tokie funkcionalūs aktualumo malonumai priklauso *plaisir* sričiai, bet po jais glūdi ir *jouissance* arba netekties malonumai. Susikaupimo intensyvumas, kurio

reikia žaidžiant, verčia prarasti socialinę tapatybę ir joje glūdinčią ideologiją: tai – dominuojančių jėgų vengimas. Žaidėjo kūnas grynai erotiškai sąveikauja su teksto ženklais ekrane, o raumenų spazmai, kai kūnas atsipalaiduoja ir išsekęs susmunka pasibaigus žaidimui, netekus paskutinės gyvybės, yra toks pat stiprus orgazmiškas malonumas, kokį gali pasiūlyti bet kuri kita simbolinė patirtis.

Socialinis populiariojo meno aktualumas reiškia, kad jis visados suvokiamas kaip pliuralistinis, sąlygotas, santykinis; jis suvokiamas ne taikant absoliutumo ir universalumo kategorijas, kuriomis operuoja viduriniosios klasės skonis, bet reliatyvias sąvokas, pavyzdžiui: „Kaip reportažui, nuotrauka nebloga“ arba „Gerai, jei to nematys vaikai“. Bourdieu (1984: p. 42) daro išvadą:

> *ši estetika, kuri vaizdo formą ir patį egzistavimą pajungia jo funkcijai, privalo būti pliuralistinė ir sąlyginė. Primygtinumas, su kuriuo respondentai nurodo savo vertinimų teisingumo ribas ir sąlygas, kiekvienai fotografijai išskirdami jos galimus panaudojimus ir auditorijas – arba, tiksliau sakant, galimą panaudojimą kiekvienoje auditorijoje – rodo, kad mintis, jog fotografija gali patikti visuotinai, jiems nepriimtina.*

Jei tekstas nori būti populiarus, jis privalo turėti sąlyčio taškų su įvairiais skaitytojais įvairiuose socialiniuose kontekstuose, todėl turi būti pats savaime polisemiškas, ir bet kuri pavienė jo interpretacija turi būti sąlyginė, nes ją apibrėžia interpretacijos socialinės sąlygos. Aktualumui reikia polisemijos ir reliatyvumo – jam netinka uždarumas, absoliutumas ir universalumas.

Buržuaziniai skoniai yra priešingi populiariesiems skoniams ne tik tuo, kad jie vertina distancijos laikymąsi ir absoliutumą, bet ir tuo, kad nepripažįsta linksmybės ir bendruomenės jausmo. Kartu su dalyvavimu ateina ir šventės bei linksmybės malonumai, saviraiškos ir solidarumo su aplinkiniais reiškimo bei patirties malonumai. Populiarusis skonis apima

> *visa, ką pagimdo realistinis (bet ne nuolankus) hedonizmas ir skeptiškas (bet ne ciniškas) materializmas, – jie abu yra ir adaptavimosi prie būties sąlygų, ir pasipriešinimo joms formos* (Bourdieu 1984: p. 394–395).

Realistinis hedonizmas ir skeptiškas materializmas yra lemiančios populiariosios diskriminacijos vertybės. Populiarųjį skonį formuoja subordinacijos sąlygos, o prekės, iš kurių jis gamina populiariąją kultūrą, yra tos, kurios geba aktualiai atitikti ir skaitytojo patirtį šiomis sąlygomis, ir imant bendriau – pačias subordinacijos sąlygas.

Populiarusis produktyvumas

Praeityje labai daug teoretikų pabrėždavo centralizuotą gamybą, būdingą ir finansų ekonomikai, ir buržuazinei kritikos pramonei, ignoruodami tylią nenuilstamą veiklą, „visiškai skirtingą gamybos rūšį, kuri vadinama vartojimu" (de Certeau 1984). Joje kapitalizmo gaminiai tampa žaliava, pirminiais populiariosios kultūros ištekliais. Ši metafora kraštutinė, nes akivaizdu, kad kapitalizmo gaminamos prekės negali būti vien žaliava, jos negali būti vien tiktai „pirminės". Bet žodžio „determinuoti" pažodine (lot. *determinare* – apriboti, nustatyti ribas) prasme „natūralūs" žaliavų ištekliai ir nustato savo kultūrinio naudojimo ribas (tokio minkšto metalo kaip auksas nepanaudosi stiklo rėžtukui, o rūdijančiu, yrančiu metalu kaip geležis nepagrįsi valiutos). Vis dėlto, nors ištekliaus prigimtis gali riboti jo vartojimą, šį išteklių vartojančių žmonių kūrybingumo riboti ji negali. Kaip ir bet kurio objekto gamyba iš žaliavinės medžiagos visada yra kova tarp žaliavos natūralių savybių ir gamintojo kultūrinių poreikių, taip ir populiarioji kultūra yra kova tarp finansų ekonomikos teikiamų išteklių (ideologinės, strateginės, drausminančios) prigimties ir kultūrinių kasdienio gyvenimo poreikių.

Jei populiariąją kultūrą suvoksime ne kaip įvaizdžių vartojimą, o kaip produktyvų procesą, tuomet mūsų teorijos dėmesys ir analizės objektas persikels nuo vaizdavimo prie semiotinio aktyvumo, nuo teksto ir pasakojimo struktūrų prie interpretavimo praktikos. Mokslininkai teoretikai, visą dėmesį kreipiantys į teksto galias (ar tos galios būtų suprantamos kaip estetinės, ar ideologinės, ar psichoanalitinės, ar kokios kitokios), domisi, kiek tekstas gali riboti savo naudojimą kultūroje, teikti pirmenybę tam tikroms prasmėms ir atlikti tam tikras socialines funkcijas – ignoruosamas kitas galimybes. Jie analizuoja ir aiškina disciplinuojančią ir antipopuliariąją išteklių prigimtį, su kuria žmonės kovoja kurdami populiariąją kultūrą. Toks požiūris dažnai pervertina drausminančias galias ir nepakankamai vertina, ar net visai ignoruoja populiarybės produktyvumą ir kūrybingumą.

Klausti reikia ne „*Ką* žmonės skaito?", o „*Kaip* jie tai skaito?" Grįžkime prie „Čarlio angelų" pavyzdžio. Šio televizijos serialo tekstinė analizė gali atskleisti, kaip patriarchatas naujais būdais siekia kontroliuoti moterų išsivadavimą. Filme rodoma, kaip trys moterys detektyvės sprendžia bylas, šaudosi su nusikaltėliais ir juos suima – tokie vaidmenys anksčiau buvo skirti vien vyrams. Patriarchato bruožai pasireiškia tradiciniu herojų detektyvių seksualiu patrauklumu; tuo, kad būtinai bent kartą per seriją jas išgelbsti vyriškis – Boslis; ir tuo, kad galiausiai jas kontroliuoja niekad nematomo Čarlio vyriškas balsas, kuris vienodai paternalistiškai ir duoda nurodymus, ir giria. Kiekvienos serijos pabaigos, kaip ir serialo vaizdinės stilistikos, teikiami malonumai yra grynai patriarchališki – tad tekstinė ar ideologinė analizė turėtų vesti prie išvados, kad patriarchatas atgauna pozicijas feministinio išsivadavimo akivaizdoje. Bet daug moterų pareiškė, kad „Čarlio

angelus“ jos interpretuoja selektyviai, atkreipdamos dėmesį vien į moterų detektyvių stipriąsias savybes ir beveik visai ignoruodamos patriarchališką finalą. Kai kurios sako, kad dažniausiai pasitraukia nuo televizoriaus prieš serijos pabaigą, taip iš viso išvengdamos patriarchalinio pasakojimo galių įtakos. Tačiau tekstinės ir ideologinės analizės numanomas skaitytojas yra disciplinuotas, su vienodu dėmesiu interpretuojantis visą tekstą.

Vis dėlto nedisciplinuotas populiariųjų tekstų skaitytojas į tekstą žiūri visiškai skirtingai: populiarusis skaitymas dažnai vyksta pasirinktinai ir pripuolamai. Altmanas (1986) mano, kad „Dalasas“ pateikia meniu, iš kurio žiūrovai pasirenka atskirus patiekalus, kuriuos ir praryja. De Certeau (1984) vartoja dvi metaforas: viena – skaitytojas kaip brakonierius įsibrauna į žemių (teksto) savininko plotus ir vagia tai, kas jam ar jai patinka, lieka nepagautas ir nepriverstas laikytis galiojančių žemėnaudos įstatymų (teksto taisyklių). Antroji metafora – tekstas kaip supermarketas, kuriame skaitytojas klaidžioja pasirinkdamas arba atmesdamas produktus, o iš pasirinkto maisto sau pasigamina kūrybišką patiekalą. Gansas, tirdamas (1962) Bostono italų bendruomenę, stebėjo, kaip vyrai pasirenka vyriškumo įvaizdžius iš televizijos prekybos centro siūlomų serialų apie policininkus. Jie žiūrėjo tik tas laidas, kurių herojus bendradarbiavo su miesto darbo klasės atstovais ir rodė jiems pagarbą. Iš taip pasirinktųjų laidų jie dažniausiai žiūrėdavo tik pradžią ir pabaigą – kaip užduodama pradinė mįslė ir kaip triumfuoja vyriškumas, pavykus ją išaiškinti. Pats procesas juos mažiau domino. Tai – visai priešingas pasirinkimo įprotis ar brakonieriškas reidas, negu moterų praktikuojamas žiūrint „Čarlio angelus“ – jos mieliau stebėjo pasakojimo eigą, o ne patriarchališką mįslės uždavimą ar sprendimą. Kitas pavyzdys: Katzas ir Liebesas (1987) pastebėjo, kad daugeliui „Dalaso“ žiūrovų JAV malonumą teikė žanriniai muilo operos bruožai, o dauguma žiūrovų užsienyje serialą žiūrėjo labiau dėl turinio. Po tokio pirminio pasirinkimo buvo renkamasi toliau. Kai kurie turinyje įžiūrėjo pasakojimą apie giminės santykius atitrauktai nuo Amerikos konteksto, o kiti manė amerikietiškumą esant labai svarbų. Neseniai atvykę į Izraelį Rusijos žydai filme įžiūrėjo kapitalizmo kritiką, bet kai kurie žiūrovai olandai, kuriuos tyrė Ang, jautė didelį malonumą stebėdami blizgantį, nutrūktgalviško tempo amerikietišką gyvenimo būdą. Lewisas (1985), tirdamas Didžiosios Britanijos televizijos naujienų laidos žiūrovus, pastebėjo, kad daugelis žiūrovų tiesioginio reportažo intarpą įsimindavo geriau negu jį „įrėminantį“ pasakojimą iš studijos, todėl reikšmes atsimindavo visai kitaip, negu būtų galima tikėtis iš teksto analizės. Populiarioji interpretacija dažnai yra tekstualiai nedisciplinuotas aktualių ištraukų pasirinkimas.

Jenkinsas (1988a) išsiaiškino, kad vaikai laidą „Mažylių žaidimų trobelė“[1] žiūri su pertrūkiais; o atpasakodami turinį praleidžia priežastinius ir loginius ryšius,

[1] Pee-wee's playhouse.

bet pabrėžia sensacingas scenas ir intensyvaus veiksmo epizodus. Jie taip pat pademonstravo išugdytą kultūrinę kompetenciją ir žinojo, kokiose pagal siužeto formulę vietose gali būti įdomių dalykų. Taip pat jie pasirinkdavo būtent tas ištraukas, kurias suvokdavo kaip jiems socialiai aktualias, ypač susijusias su mokykla. Hodge'as ir Trippas (1986) taip pat teigia, kad iki maždaug 12 metų vaikai žiūri laidas dažniausiai tokiu vaikišku būdu, bet sulaukę 12 metų jie išmoksta žiūrėti disciplinuotu suaugusiųjų būdu (nors, turiu pridurti, ne visada juo naudojasi). Toks selektyvus, epizodiškas žiūrėjimas yra būdas priešintis ar bent vengti ideologijos ir socialinių prasmių, struktūriškai įkomponuotų į tekstą. Tai leidžia išvengti šios struktūros peršamų vertybių poveikio ir atverti tekstą įvairių ir skirtingų atitikmenų perskaitymui.

Tokie pat vaikiški, nedisciplinuoti yra ir populiarieji perskaitymo būdai. Į tekstą žiūrima su gilia nepagarba: tai ne pranašesnis objektas, sukurtas pranašesnio kūrėjo – menininko (kaip buržuazinis tekstas), o kultūrinis išteklius, į kurį galima įsiveržti ir brakonieriauti. Jo vertė – tai, kaip juo galima naudotis, siūlomi aktualumai, o ne giluminė ir estetinė vertė. Populiarūs tekstai turi pasiūlyti ne vien prasmių, bet ir interpretacijos bei vartojimo būdų įvairovę.

Tokia nedisciplinuoto skaitymo praktika neapsiriboja vien simboliniais tekstais, ji yra paplitusi visoje populiariojoje kultūroje. Bedarbis jaunimas ir pagyvenę piliečiai, kurie pasirinktinai naudojasi prekybos galerijomis (žr. „Reading the Popular" 2 skyrių), vartoja tik tas vietas, kurios atitinka jų interesus – viešąsias erdves, šilumą, pasisėdėjimo ir susitikimų plotus. Gibianas (1981) išsamiai pasakoja, kaip prekybos galerijų tobulinimas virto jų projektuotojų pastangų vienu metu patraukti ir sudrausminti lankytojus istorija. Viduriniuoju šios istorijos laikotarpiu galerijos stengėsi reguliuoti žmonių judėjimą įrengdamos alėjas, nuošalius sodus ir kaimiško stiliaus tiltelius, už kiekvieno posūkio kurdamos netikėtus vaizdus, skatinančius eiti tolyn, – tuo buvo siekiama, kad lankytojai apžiūrėtų kiekvienos galerijoje įsikūrusios parduotuvės vitrinas. Tačiau šiuolaikiniams prekybos galerijų projektuotojams teko sukurti atviresnius tekstus, kuriuose pirkėjai ir kiti lankytojai gali klaidžioti kaip tinkami, nebūtinai pasiduodami visoms įmanomoms vartotojams skirtoms vilionėms. Dabartinė strategija – kurti erdves, kuriose žmonės norėtų užtrukti; o kad taip būtų, galerijos turi atsiverti kuo platesnėms (teisėtoms ir neteisėtoms) populiariosioms vartosenoms.

Analizuodamas paplūdimį kaip tekstą, (žr. „Reading the Popular" 3 skyrius) parodžiau, kaip autorius (valdžia) stengiasi drausminti poilsiautojus tiesioginiais (draudžiančiais, įspėjančiais skelbimais, gelbėtojų komandomis) ir netiesioginiais (įrengdamas aikšteles, medinius takus, dušus, suoliukus ir t. t.) būdais – ir kaip kai kurie lankytojai (banglentininkai, pusnuogės saulės vonių mėgėjos, šunų savininkai) tai tvarkai priešinasi ar jos vengia. Rasti paplūdimyje vietą, kur galima degintis be liemenėlės ar gerti alkoholį nepagautam tvarkdarių, analogiška tam,

kaip Madonnos gerbėja susikuria savo prasmes neįsiveldama į patriarchalinės ideologijos pinkles arba kaip gėjai Judy Garland garbintojai randa jos pasirodymuose akimirkų, kuriomis gėjiškos prasmės, kaip krūtys paplūdimy, galėtų būti iškeltos į viešumą.

Hallo (1980a) pirmenybinės interpretacijos (preferencinio skaitymo) teorija buvo vienas pirmųjų bandymų paaiškinti procesus, vykstančius populiariųjų tekstų skaitytojams susikuriant savas reikšmes, tačiau joje vis dar laikomasi nuostatos, kad skaitytojai domisi visu tekstu jo paties „pageidaujamais" būdais. Anot Hallo, interpretacijos, kurioms teikia pirmenybę vyraujanti ideologija, yra struktūriškai įkomponuotos į teksto visumą, ir joms galima priešintis arba jomis abejoti tik su sąlyga, kad dėmesys kreipiamas į ištisą tekstą. Selektyvus ar dalinis interpretavimas leidžia išvengti tokios ideologinės įtakos ir sumenkinti bendrąją teksto struktūrą, taip atveriant jį kaip labiau (bet ne visai) neapibrėžtą kultūrinį išteklių. Pirmenybines prasmes siūlo tekstas, o aktualias prasmes iš teksto atkarpų susikuria produktyvus populiarusis skaitytojas.

Tokia interpretacija labiau dera prie vėlesnės Hallo (1986) artikuliacijos teorijos, kurioje jis atsižvelgia į dvejopą teksto funkcionavimo populiariojoje kultūroje būdą: vienu atveju centre yra tekstas, o antru – skaitytojas. Terminas „artikuliuoti" turi dvi reikšmes: pirmoji – tai išsakyti arba išreikšti (centre – teksto prasmės); antroji – tai sukurti lanksčias jungtis, priklausomybes (centre – skaitytojo prasmės, kuriomis tekstas lanksčiai siejasi su skaitytojo socialine padėtimi). Tai, ką „išreiškia" tekstas, apibrėžia, riboja ir įtakoja jungtys, kurios gali būti sudarytos tarp jo ir skaitytojo, tačiau pats tekstas negali jungčių nei sudaryti, nei kontroliuoti. Tą gali daryti tik skaitytojai. Kad tekstas būtų populiarus, jis privalo „išreikšti" tai, ką skaitytojai nori išgirsti, bet turi leisti skaitytojams dalyvauti pasirenkant (nes tekstas privalo pateikti daug išraiškų), konstruojant ir atrandant jų socialinę padėtį atitinkančias išraiškas. Todėl Madonna (žr. „Reading the Popular" 5a skyrių) vienokias reikšmes išreiškia savo paauglėms gerbėjoms, ir visai kitokias – „Playboy" skaitantiems gerbėjams, bet visi joje randa skirtingus savo padėties patriarchalinėje socialinėje santvarkoje atitikmenis. Artikuliacijos teorija gražiai balansuoja tarp požiūrio į tekstą kaip reikšmių gamintoją, platintoją ir požiūrio, kad jis yra kultūrinis išteklius, atviras įvairiausiam, bet ne beribiam produktyviam naudojimui.

Gerbėjai ir produktyvumas

Gerbėjai yra aistruoliai, besaikiai skaitytojai. Gerbėjų tekstai – be saiko populiarūs. Būti gerbėju – reiškia aktyviai, entuziastingai, fanatiškai, visa esybe atsiduoti tekstui. Aistruolių bendrija yra dalis to, ką Bourdieu sutapatina su proletariška kultūros praktika, priešinga nutolusiam, vertinančiam, kritiškam buržuazijos požiūriui į tekstus.

Gerbėjai skiriasi nuo mažiau fanatiškų populiariųjų skaitytojų ne kokybe, o kiekybe. Aistruoliškumui būdinga veikla yra diskriminacija ir produktyvumas. Gerbėjai brėžia ryškias ir netolerantiškas ribas tarp to, ką jie gerbia, ir ko – ne. Radway (1984) išskirta meilės romanų gerbėjų grupė visiškai tiksliai žinojo, kad pagarbos vertų romanų herojės turi būti barningos ir ūmios, nesitaikstančios su dominuojančio patino – herojaus pažeminimais ir jį koneveikiančios. Grossbergas (1984) taip pat įrodė, kad rokenrolo gerbėjai brėžia ryškias diskriminacijos ribas. Tokia tekstinė diskriminacija dažnai atitinka socialinę diskriminaciją. Tekstų pasirinkimas yra socialinių ištikimybių pasirinkimas, ir gerbėjai sudaro daug siauresnes bendruomenes negu intelektualaus meno vertintojai iš viduriniosios klasės. Ryšiai tarp socialinės ištikimybės ir kultūrinio skonio aistruolių bendrijoje yra aktyvūs ir atvirai reiškiami, o diskriminuojama labiau pagal socialinio aktualumo, o ne pagal estetinės kokybės kriterijus. (Buržuazinė kritinė diskriminacija yra tiek pat socialiai determinuota, bet ji atsisako tai pripažinti ir bando pasitelkti „estetiką“, kad universalizuotų savo praktiką ir paneigtų klasinę specifiką. Šiuo atžvilgiu ji mažiau garbinga negu populiarioji diskriminacija.)

Gerbėjai yra produktyvūs. Aistruoliškumas skatina juos kurti savo pačių tekstus. Tokiais tekstais gali būti paauglio kambario sienos; pasitelkę aprangą, šukuoseną ir makijažą, jie tampa vaikščiojančiomis nuorodomis į savo socialinius ir kultūrinius vertinimus, aktyviai ir produktyviai dalyvauja socialinėje prasmių apyvartoje. Kiti gerbėjų tekstai gali būti ne tokie raiškūs, mažiau konkretūs – taip ginčai tarp muilo operos gerbėjų apie tai, kas nutiks tolesnėse serijose, tampa tikrojo scenarijaus teksto prototipu. Sporto sirgaliai irgi užsiima tokiu „rašymu į ateitį“. Antrasis šio kūrybingumo bruožas, be abejo, yra retrospektyvus „perrašymas“: „kas būtų atsitikę, jei“ scenarijus gali būti toks pat produktyvus kaip ir pranašaujantysis. Tokiu būdu gerbėjų paskalos užpildo teksto tarpus. Jos paaiškina motyvus ir pasekmes, kurios tekste buvo praleistos, gilina argumentaciją, siūlo alternatyvias ar platesnes traktuotes, naujai atvaizduoja ir perkuria tekstą. Originalusis tekstas yra kultūros išteklius, iš kurio sukuriama daugybė naujų tekstų. Jo struktūra gali riboti arba sąlygoti naujų, jo pagrindu kuriamų tekstų diapazoną, tačiau jokiu būdu negali riboti jį naudojančių gerbėjų kūrybingumo, jų produktyvumo galimybių.

Tokia produktyvi veikla labai panaši į tą, kurios reikia kuriant originalųjį tekstą. Ji reikalauja ir kultūrinės kompetencijos – žinoti žanro ar sporto šakos sutartinumus ir taisykles – bei socialinės kompetencijos – kokių poelgių, jausmų ir reakcijų tikimasi iš žmonių šiomis sąlygomis. Riba tarp teksto ir ne-teksto, tarp atvaizdo ir realybės tampa neryški. Tai – greičiau socialinio aktualumo, o ne estetinės kokybės siekiantis kūrybiškumas. Tai – populiarusis kūrybiškumas, veikianti populiarioji kultūra. Ši produktyvi veikla atsisako griežto vaidmenų paskirstymo, tuo pačiu – ir politinio paskirstymo tarp menininko ir publikos, tarp teksto ir skaitytojo (interpretatoriaus). Ji nepriima vienpusiškos, iš viršaus žemyn nukreiptos kultūrinės galios, o pripažįsta demokratišką galią, kuri atvira visiems dalyvaujantiems, jeigu jie turi kultūrinės kompetencijos (ir gebėjimo diskriminuoti). Tokia produktyvi veikla dažnai yra asmeniška ir vidinė, sociali ir grįsta gandais, nors kartais įgyja materialesnį pavidalą – pavyzdžiui, kai muilo operos gerbėjai rašo serialo kūrėjams laiškus, mėgindami (dažnai netgi sėkmingai) pakeisti kurios nors siužetinės linijos baigtį arba dalyvaudami gerbėjų žurnalų (fanzinų – iš angl. *fan* + *(maga)zine*) apklausose, kuriose mėginama išsiaiškinti daugumos nuomonę, kaip ateityje turėtų plėtotis siužetas ar personažų santykiai (retas fanzinas neskatina ir neorganizuoja tokio produktyvaus savo skaitytojų dalyvavimo).

Kartais toks gerbėjų produktyvumas gali eiti dar toliau – pradedami gaminti konkuruojantys, praplečiantys ar atgaminantys originaliuosius tekstai. Pavyzdžiui, Madonnos gerbėjai ne tik artikuliuoja savąsias jos išvaizdos versijas, bet ir dalyvauja panašumo į ją ar sinchronizavimo konkursuose, kur sinchroniškai žiopčioja pagal jos įrašus, o 1987 metais netgi imitavo jos muzikinius klipus.

MTV ir Madonna organizavo konkursą „Padaryk mano klipą" pagal dainą „True Blue", tikėdamiesi daugiausia poros tuzinų dalyvių. Tačiau juos užplūdo mėgėjiški įrašai, iš kurių atrinktus geriausius teko transliuoti 24 valandas iš eilės. Klipai įvairavo nuo pusiau profesionalių, kuriuose Madonos stiliumi gerbėjai šoko kruopščiai pastatytus šokius kruopščiai parinktuose scenovaizdžiuose, iki visiškai „mėgėjiškų", kurie buvo reikšmingi tuo, kad įtraukė mergaičių kasdienio gyvenimo detales į Madonnos dainos pasaulį: viskas – miegamieji, drabužiai, šeimos fotografijos ir automobiliai, mėgstamos vietos (ypač paplūdimiai ir upių pakrantės) – buvo siejama su daina. Šių namų darbo vaizdajuosčių aplinka buvo paprasta, tipiška priemiesčiams. Kai kurios netgi vaizdavo, kaip gerbėjos, dainuodamos pagal jos muziką, šluosto dulkes arba plauna indus. Kai kurie klipai nebuvo kuriami specialiai šiam konkursui, o sukompiliuoti iš senų šeimyninių vaizdo įrašų ir fotografijų. Bet visuose pagrindine heroje buvo pati gerbėja, dažniausiai apsirengusi ir nusigrimavusi panašiai kaip Madonna, veikianti erdvėje kaip aktualaus sąlyčio taškas tarp laisvo, nevaržomo, viešo žvaigždės pasaulio ir beteisio, suvaržyto, privataus paauglės pasaulio. Kūrybiškumas pasireiškė kuriant ryšius tarp tų dviejų pasaulių, o malonumą sudarė tiek merginos gebėjimas įsikūnyti

Madonnos įvaizdyje, tiek produktyvumas, kuris tą įvaizdį transformavo iš paprastos asmeniškos fantazijos į materialų, potencialiai viešą tekstą. Tačiau skirtumas tarp privačios fantazijos teksto ir realaus viešo teksto, kurio pagrindu pastarasis buvo kuriamas, neturėtų devalvuoti fantazijos vien dėl to, kad ji neįgyja materialaus pavidalo. Fantazija gali būti tokia pati „reali" patirtis, kaip ir bet kuri kita.

„Žvaigždžių takų" ir jokių fantastikos serialų kaip „Bleiko septynetas"[2] gerbėjai gali būti tiek pat produktyvūs. Jie taip pat gamina klipus, kuriuos platina tarpusavyje (žr. Bacon-Smith 1988). Šie gerbėjai pasirenka populiarią dainą ir ją iliustruoja ne savo pačių filmuota medžiaga, o vaizdais, „pavogtais" iš filmo serijų, sukauptų nuosavoje videotekoje. Labiausiai įgudę ir produktyviausi klipų kūrėjai įgyja nemažą autoritetą gerbėjų bendrijoje. Malonumai iš tokių klipų gamybos ir prasmių, o kartu ir malonumas juos žiūrėti reikalauja nemažos kultūrinės kompetencijos. Kuo gerbėjas kompetentingesnis, tuo geriau jis sugebės atpažinti kiekvieno kadro kilmę ir originalų kontekstą, tuo turtingesni bus jo ištekliai, iš kurių galima susikurti prasmes ir malonumus. Čia vienu metu patiriami keli skirtingi malonumai: malonumas atpažinti (pirminį kontekstą, prasmes), atgaminimo (priimant klipo iššūkį žaisti su nauju kontekstu, naujai atkuriant reprodukuotą tekstą) malonumas ir kūrybos (kuriant prasminius ryšius tarp atkurtų vaizdų, serialo turinio pažinimo ir kasdieninio gerbėjo gyvenimo) malonumas.

Jenkinsas (1988b) ištyrė milžinišką daugybę žodinių tekstų, kuriuos sukūrė „Žvaigždžių takų" gerbėjai („trekiai") – jų diapazonas nuo biuletenių iki ištisų romanų, kurių dauguma – meilės istorijos, užpildančios originaliame seriale paliktus tarpus apie erdvėlaivio „Enterpraiz" įgulos tarpusavio santykius (būtent meilės ryšius). Kai kurie šių romanų pasiekia lengvos pornografijos ribas, kai dėmesys nuo meilės nuotykių perkeliamas į seksą. Toks gerbėjų produktyvumas dažnai painioja žanrus, nes jie perkelia vieno žanro kultūrinę kompetenciją į kitą žanrą. „Žvaigždžių takų" vaizdo klipai yra jų gerbėjų kompetencijos MTV ir serialo srityse rezultatas. Romanų autoriai rodo kompetenciją, susijusią ir su „Žvaigždžių takų", ir su meilės romanų žanru.

Populiarusis produktyvumas yra nuolatinis kultūrinių kapitalizmo produktų naujų derinių ir naujo panaudojimo paieškos procesas brikoliažo pavidalu (pats jis iš esmės nesiskiria nuo vadinamojo meninio originalumo, bet labai skiriasi kritiniu suvokimu ir kultūriniu pripažinimu). Pasak Lévy-Strausso apibrėžimo, brikoliažas yra kasdienė genties narių veikla, kai kūrybiškai suderinus po ranka esančias medžiagas ir išteklius, pagaminami objektai, ženklai ir ritualai būtiniems poreikiams tenkinti. Tai tam tikra nemokslinės inžinerijos rūšis ir vienas būdingiausių „apsiėjimo su tuo, ką turi" pavyzdžių. Kapitalistinėse visuomenėse brikoliažas – tai būdai,

[2] Blake 7.

kuriais subordinuotieji kuria savo kultūrą iš „svetimųjų“ išteklių. Madonnos „išvaizda“ yra brikoliažas – *ją* įgalinantis iš *jų* išteklių kurti *savo* prasmes – kuriame gali dalyvauti jos gerbėjai. Hebdige'as (1979) parodė, kokia tipiška yra ši praktika jaunimo subkultūrose, o Chambersas (1986) teigia, kad ji ypač būdinga šiuolaikinei didmiesčių jaunimo kultūrai. Tai ypač akivaizdu subkultūrų jaunimo aprangoje – pavyzdžiui, kai pankai darbinius batus jungia su karinės uniformos elementais ir pramaišiui puošiasi nacistinėmis ir britų armijos emblemomis, jie kuria „naują“ stilių, kuris „nereiškia“ nieko ypatinga, tik praneša, kad jie turi galią sukurti savo pačių stilių ir juo erzinti „socialiai pranašesnius“. Brikoliažas vyksta, tik ne taip akivaizdžiai, ir interpretuojant populiarius tekstus, konstruojant fantazijas, masiškai sumaišant įvairias šnekamosios kalbos kultūras, įtraukiant kultūrines prekes į kasdienę veiklą.

Ne toks ryškus, bet vis dar produktyvus brikoliažo pavyzdys – tai iš įvairių prieinamų komercinių plokštelių popmuzikos gerbėjų kompiliuojami juostose „nuosavi“ albumai. Tokia veikla gal ir nereiškia ideologinio pasipriešinimo, bet ji yra produktyvi, teikia malonumą, o ekonomiškai rodo bent jau vengimą, jei ne tikrą pasipriešinimą. Įrašas iš vieną kartą nupirkto albumo gali būti pakartotas kiek nori kartų juostose, kurias gamina kultūriniai brikoliažai, galintys gauti plokštelę.

Turbūt nenuostabu, kad daugelį pačių ryškiausių tokio produktyvumo pavyzdžių pateikia moterys ir mergaitės. Panašus populiarusis kūrybingumas būdingas pavaldžioms grupėms, kurios neturi arba turi ribotą prieigą prie kultūros išteklių gamybos, ir todėl jų kūrybiškumas neišvengiamai gali pasireikšti tik sugebėjus tenkintis tuo, kas yra po ranka. Tad daugelis moterų meno apraiškų – pradedant mezgimu, virimu ir baigiant dienoraščių rašymu – nepriskiriama menui, o tik amatui. Žinoma, toks kritiškas atskyrimas daugiau pasako apie jį taikančios patriarchalinės tvarkos vertybes, o ne apie kokius nors gaminamų kultūros objektų skirtumus arba kūrybingumo pasireiškimą juos gaminant.

Taigi, populiarioji diskriminacija yra ne tik pasirinkimo ir atmetimo iš kultūrinių išteklių repertuaro procesas. Jis apima produktyvų pasirinktų reikšmių vartojimą nuolatiniame kultūriniame atgaminimo procese, kuriame tekstai ir kasdienis gyvenimas prasmingai kontaktuoja vienas su kitu. Procesas siejamas ne su kokybės vertinimu, o su aktualumo suvokimu. Jis mažiau siejamas su tekstu, o daugiau – su teksto panaudojimo galimybėmis. Taigi juo nereiškiama pagarba tekstui. Teksto kasdieniškas aktualumas leidžia dalyvauti jo tekstualume: interpretatoriai yra kultūros gamintojai, o ne kultūros vartotojai.

Vartojimo būdai

Tam tikros masinės kultūros prekės arba tekstai populiarūs *ne vien* dėl to, kad iš jų galima susikurti socialiai relevantiškas prasmes: priemonės, kuriomis šios prekės pristatomos, privalo turėti savybes, kurios taip pat turi būti pritaikytos prie kasdieninio gyvenimo tvarkos. Televizijos žiūrėjimas, įrašų klausymas ir knygų skaitymas nėra neutrali ar pavienė veikla: skirtingu metu šios kultūros prekės pripildomos skirtingų prasmių, todėl gali sukurti įvairių malonumų. Nėra universalios, vienodos veiklos, kurią galime pavadinti „televizijos žiūrėjimu" arba „knygos skaitymu", kaip ir nėra universaliai galiojančios serialo „Dalasas" reikšmės. Vartojimo būdas tiek pat priklauso nuo konteksto, kiek bet kuri prasmė, sukuriama iš kultūros prekės.

Kapitalistinės pramonės ir kasdienio gyvenimo sandūra vyksta ne tik tekstiniu, bet ir erdviniu, instituciniu lygiu. Televizija bus pagrindinis mano pavyzdys: ją dažniausiai žiūrime namuose, šeimoje – tai socialinė institucija, materializuota konkrečioje erdvėje (abi suteiktos kapitalizmo), kurioje vyksta kasdienis kultūrinis gyvenimas. Namo ar buto materiali struktūra yra žaliava, kurią siekdamas pelno pateikė namo savininkas ir (arba) statybos pramonė. Šią vietą kasdienėmis erdvėmis paverčia gyvenimo joje įpročiai: iš vienodai suplanuotų namų ar butų kiekviena šeima susikuria skirtingas erdves, kurias suplanuoja ir perima savo nuosavybėn, kol ten gyvena. Taip pat ir šeima yra institucionalizuota struktūra, kurioje žmonės susitaria dėl įvairių bendravimo ir elgesio būdų, kurie kiekvienam yra saviti: panorėjęs kiekvienas gali įsilieti į struktūrą ar atsiriboti nuo jos – panašiai, kaip išeiti ir sugrįžti namo. Taip ir televizija virsta populiariąja kultūra, kai jos tekstuose „apsigyvenama", į juos įeinama ir iš jų išeinama, jie vartojami (arba nevartojami) kaip kultūriniai ištekliai.

Taigi televizijos žiūrėjimas nėra atskira veikla – faktiškai kaip pati sąvoka ji yra beprasmė, ir pozityvistinės studijos, kuriose ji vartojama neproblemiškai ir izoliuotai, nevertos nė to ekologiško popieriaus, ant kurio spausdinamos. Pavyzdžiui, Palmer (1986) parodė, kiek įvairių veiksmų atlieka vaikai žiūrėdami televizorių. Jie gali ir intensyviai sutelkti visą dėmesį į ekraną atsiribodami nuo viso kito, ir žaisti nusisukę nuo jo, viena ausim sekdami, kas ten vyksta, ir atsisukdami pažiūrėti tik tuomet, kai išgirsta ką nors aktualaus. Vaikai žiūri televizorių tokiais būdais, kokiais nori tą žiūrėjimą integruoti į visą kitą kasdienę savo veiklą. Labai nedaugeliui ir labai mažais laiko tarpais televizijos žiūrėjimas yra vienintelis, visą dėmesį sukaustantis veiksmas. Dažniau jis sudaro dalį platesnių socialinių ryšių – vaikai žiūri kartu su šeima, draugais ar su naminiais gyvūnėliais. Dalį televizijos patrauklumo sudaro tai, kad jos žiūrėjimas gali būti faktinis, tai yra palaikantis ir stiprinantis socialinius ryšius.

Segmentuoti televizijos tekstai reiškia, kad žiūrovai gali lengvai ir dažnai perjunginėti kanalus, jei nusilpo dėmesys arba sumažėjo aktualumas. Vaikai ypač dažnai kaitalioja kanalus – panašiai jie elgiasi ir su kitais komunikacijos kanalais. Vienodai lengvai jų dėmesys peršoka nuo ekrano prie draugų, prie knygos, prie žaidimų – ir atgal. Kaip nurodo Palmer, grįžę namo iš mokyklos jie gali visų pirma įsijungti televizorių, bet paskui elgsis kaip patinka – nekreips dėmesio, žiūrės susikaupę arba atmestinai. Vaikai gali kontroliuoti kelis komunikacijos kanalus vienu metu – žiūrėti televizorių, ruošti namų darbus ir palaikyti pokalbį, nuo vienos veiklos peršokdami prie kitos, tačiau nė vieno kanalo neišjungti visiškai – jie gali kaip panorėję keisti savo dėmesio kryptį ir intensyvumą. Morley's (1986) parodo, kad ir suaugusieji, ypač moterys, demonstruoja tokį pat lankstumą, vienu metu ir žiūrėdamos televizorių, ir ruošdamosi namuose, ir palaikydamos ryšius su šeima. Televizija yra kultūrinis išteklius, kurį žmonės vartoja kaip panorėję, o ne kultūrinis tironas, įsakinėjantis vartotojams, kaip jį žiūrėti, ir juos valdantis – jeigu ji būtų toks tironas, tai greičiausiai mūsų populiariojoje kultūroje nevaidintų tokio svarbaus vaidmens kaip dabar.

Šeimyninio gyvenimo kultūriniai įpročiai yra įvairūs ir sudėtingi, o šeimos nariams prieinami kultūriniai ištekliai gali būti vartojami labai nevienodai. Skirtingi šeimos narių vaidmenys bus atkurti ir įkūnyti šiuose kultūriniuose įpročiuose, kurie nustato ne tik prasmes ir malonumus, gaunamus iš namie priimamų tekstų, bet ir būdus, kaip tie tekstai bus priimami. Morley's (1986) teigia, kaip pats televizoriaus žiūrėjimas yra lyčių politikos šeimoje sudedamoji dalis, tačiau pabrėžia, kad pačioje televizijoje nėra nieko, kas nustatytų jos naudojimą; atvirkščiai – kasdienio gyvenimo kultūra nustato televizijos naudojimą.

Ištyręs žemesniųjų klasių miestiečių šeimas, Morley's nustatė patriarchalinius dėsningumus, kaip namuose žiūrimas televizorius. Pavyzdžiui, kanalų perjungimą dažniausiai valdė vyras (tėvas), pasidėjęs distancinio valdymo pultą ant krėslo atramos, ir retas, o kartais ir nė vienas šeimos narys negalėdavo to pulto naudoti. Faktiškas televizoriaus valdymas apima ir vertinimo kontrolę, tad programos, atitinkančios vyro skonį (pavyzdžiui, žinios, sportas, dokumentinės programos ir reportažai) laikomos aukštesnės kokybės ir vertingesnės už pritaikytas moterų skoniui, ypač dramatiškas muilo operas ir meilės istorijas. Tullochas ir Moranas (1986), tyrę Australijos šeimas, nurodė panašią situaciją ir pateikė pavyzdį, kaip ši patriarchalinė vertybių sistema atsispindi diferencijuotai apibūdinant pokalbius apie televiziją: vyrai savo programas „aptaria", o moterys apie savas „liežuvauja".

Vyrui namai yra poilsio kultūros dalis. Jis nusipelnė atvangos, todėl laisvai jaučiasi, su pasimėgavimu skirdamas visą dėmesį ekranui, dažnai sudrausdamas žmoną ir (arba) vaikus, kad neplepėtų ar kitaip neblaškytų jo dėmesio. Kita vertus, žmonai namai greičiau yra darbo vieta, todėl televizoriaus žiūrėjimą reikia

derinti su ruošos darbais ir kitomis moteriškomis pareigomis. Tad moterys, žiūrėdamos televizorių, dažniausiai užsiima dar kuo nors – lygina, mezga, valo dulkes, lanksto skalbinius arba kalba su vaikais, nes tai – jos, kaip santykių šeimoje palaikytojos, pareigų sudedamoji dalis. Vienintelis metas, kai šioms moterims namai tampa laisvalaikio vieta, – kai juose nėra kitų šeimos narių (ir kai jos gali netrukdomai be kaltės jausmo žiūrėti televizorių). Todėl daugelis moterų naudojasi vaizdo magnetofonais, kad įsirašytų mėgstamas programas ir žiūrėtų jas netrukdomos kitu metu – paprastai vėlai vakare arba anksti iš ryto, kai šeima miega. Turiu pasakyti, kad ne namie dirbančios moterys tokių problemų neturi – jos gali be kaltės jausmo netrukdomos žiūrėti televizorių „vyrišku" būdu. Skirtingas vyrų ir moterų televizoriaus žiūrėjimo būdas priklauso ne nuo esminių, plačiau imant – socialinių lyčių skirtumų, o kyla iš tradicinės patriarchalinės šeimos ekonomikos struktūros. Jei namuose yra daugiau kaip vienas televizorius, pagrindinis (paprastai spalvotas) statomas svetainėje ir kontroliuojamas vyro. Jei yra kiti, paprastai virtuvėje žmonai arba miegamajame vaikams, jie būna mažesni ir dažnai nespalvoti. Hobson (1982) pasakoja, kaip moterys, ruošdamos vyrui valgį, savo muilo operas žiūri virtuvėje nespalvotame ekrane, bet svarbiais momentais, kai nori ką nors (paprastai suknelę) pamatyti spalvotai, išsmunka į svetainę.

Būdai, kuriais žiūrimos televizijos laidos, padeda apibrėžti ir nusakyti skirtumus tarp lyčių, tarp darbo ir laisvalaikio, tarp samdomo darbo ir namų ruošos, tarp sukaupto, centralizuoto vyro dėmesio modelio ir decentralizuoto ar kitur nukreipto moters dėmesio modelio. Ne televizija nustato kasdienę žmonių gyvenseną, o žmonių padėtis kasdienio gyvenimo kultūroje nustato, kaip jie į ją integruoja televizoriaus žiūrėjimą.

Tokiu pat būdu televizoriaus žiūrėjimas yra ir šeimos amžiaus politikos dalis. Tėvai dažnai siekia kontroliuoti vaikų televizoriaus žiūrėjimo laiką, riboti jų žiūrimų programų pasirinkimą. Neleisti žiūrėti mėgstamos laidos už blogą elgesį tapo visuotinai priimta bausmės forma, cenzūra – viena labiausiai ginčytinų tėvų atsakomybės sričių. Cenzūruoti galima ir negatyviai, ir pozityviai – abiem atvejais, susidūrus suaugusiųjų ir vaikų kultūriniams skoniams, suaugusiojo galia naudojama įrodant, kad jo skonis esą turi būti geresnis (visai kaip patriarchalinė galia „įrodo", kad vyrų skonis geresnis negu moterų). Taigi šiuo atveju veikia dvi drausmės formos: vaiko elgesio kontrolė, naudojant televiziją kaip skatinimo arba bausmės įrankį, ir vaiko kultūrinė kontrolė, disciplinuojant skonį ir pažinimą (ypač suaugusiųjų gyvenimo), kuriuos televizijai leidžiama diegti į vaiko kultūrą.

Žinoma, suaugusieji, kad ir kokie geri būtų jų norai, dažnai nuvertina savo vaikų televizinį raštingumą ir gebėjimą diskriminuoti. Suaugusiojo „skonis", kuris teikia pirmenybę žinioms ir dokumentikai („gera" televizija), ne animaciniams ir nuotykių filmams, tokiems kaip „A komanda" („bloga" televizija), atsisako pripažinti bet kokį vaiko pasirinkimo pagrįstumą, kuris šiuo atveju bus atvirkščias.

Jau septynerių aštuonerių metų vaikai supranta, kad „A komandoje" niekas iš tikrųjų nenukenčia, kad prievarta filme simboliška ir nereali – ir dėl jos jie nesisieloja, nes jau turi išugdyti kultūrinę kompetenciją. Priešingai, smurtą žinių laidose jie išgyvena daug skaudžiau, nes jų kompetencija suvokti mirtį ir sužalojimus realiame gyvenime dar tiek neišugdyta (Hodge ir Tripp 1986).

Daugelis suaugusiųjų savo skonio primetimą vaikams teisina tuo, kad vaikai negali atskirti televizijos nuo realaus gyvenimo, bet Hodge'o ir Trippo tyrimai rodo, kad jau 7–9 metų vaikai yra skirtingų televizijos modalumų atpažinimo ekspertai. Modalumas yra pranešamojo dalyko artimumo realybei matas, jis atitinka „nuosaką" kalboje – tad, pavyzdžiui, galime teigti, kad naujienos yra tiesioginės nuosakos, jos teigia: „Pasaulis *yra* toks". Naujienų modalumas aukštas. Animacinių filmukų modalumas, priešingai, yra žemas, jų nuosaka tariamoji, jie sako: „Pasaulis būtų toks, *jei*..." Vaikai ne tik supranta skirtumą tarp aukšto žinių ir žemo animacijos modalumo, bet ir supranta šitą „jei", su kuriuo turi sutikti, kad animacija taptų prasminga. To paties amžiaus vaikai jau supranta ne tik skirtumą tarp laidų ir reklamos, bet ir skirtingus jų modalumus. Nepaisant tėvų nuogąstavimų, jau ankstyvo amžiaus vaikai gali tapti kritiškais komercinių skelbimų interpretatoriais. Vaikai yra ne tik labai išrankūs (žr. Palmer 1986, citatą aukščiau), bet ir raštingi bei sąmoningi žiūrovai – todėl, kad ir kaip būtų paradoksalu, pastangos apsaugoti vaikus nuo nepageidaujamos televizijos įtakos gali faktiškai sulėtinti ugdymą jų televizinio raštingumo, kuris yra pati geriausia apsauga, kokios tėvai galėtų trokšti.

Meyrowitzas (1985) svarsto, ar paplitusi tėvų baimė dėl televizijos įtakos vaikams negalėtų būti paaiškinama tuo, kad televizijos amžiuje neįmanoma kontroliuoti informacijos srauto vaikams apie suaugusiųjų gyvenimą. Jis teigia, kad ir sakytinėje, ir spaudos kultūroje suaugusiems buvo lengva kontroliuoti vaikų gaunamos informacijos srautus. Sakytinėje kultūroje galima kontroliuoti, su kuriais suaugusiais žmonėmis vaikas susitinka, ir susitikimų aplinkybes. Spaudos kultūroje galima kontroliuoti ir vaikui prieinamas knygas, o kadangi skaitymas yra išmokstamas įgūdis, – ir informaciją, kuri pateikiama knygose, skirtose įvairioms amžiaus grupėms. Pavyzdžiui, Dikas ir Džeinė[3] neaptiks savo motinos bučiuojančios pienininką. O televizija – kitas reikalas. Prieigą prie jos fiziškai sunkiau kontroliuoti negu prieigą prie knygų, o kai tokia prieiga įgyjama, tai beveik neįmanoma riboti suaugusiųjų informacijos kalbiniais barjerais. Vaikai labai greitai išmoksta suprasti televizijos kalbą, nes ją žiūrėti ir interpretuoti užtenka šnekamosios kalbos įgūdžių (tai yra pakanka suprasti žodžius ir kitus teksto ženklus) ir nereikia rašto šifravimo (žodžių ir sakinių reikšmių atpažinimo) įgūdžių. Todėl „suaugusiųjų" muilo opera vaikams tiek pat (o gal ir lengviau) prieinama, kiek

[3] Populiarių vaikiškų knygelių herojai.

bet kuri knygutė apie Diką ir Džeinę, o muilo operoje *daug labiau tikėtina*, kad vaikai pamatys motiną bučiuojantis (o gal ir darančią kai ką daugiau) su pienininku. Bet Meyrowitzas teigia, kad televizijos poveikis yra netgi didesnis negu vien tik turinys: tai, *ką* televizija pasako vaikams apie suaugusiųjų pasaulį, galiausiai nėra taip svarbu: svarbiau, kad parodomi suaugusiųjų pasaulio užkulisiai, jų „slaptas" elgesys – tai, kas paprastai neatskleidžiama vaikams. Nuvainikuojama suaugusius gaubianti mistika, kuria jie drausmina vaikus. Suaugusieji parodomi kaip klystantys, patys sau prieštaraujantys – todėl ne tokie nuostabūs, ir vaikai gali suabejoti jų galių natūralumu. Televizijos amžiuje vaikus sunkiau priversti pasiduoti drausmei, nes ji (TV) parodo suaugusiųjų netobulumą.

Meyrowitzo teiginius patvirtina stebėjimai, kad daugelis vaikų mėgstamų programų nagrinėja, kaip netinkamai suaugusieji aiškina ar kontroliuoja pasaulį. „TV kiksai" *(TV Bloopers)* ar „Slapta kamera" *(Candid camera)* parodo, kaip suaugusieji nesugeba valdyti situacijos; animaciniuose filmuose „panaikinami" gamtos dėsniai (suaugusiųjų galia – vienas iš jų); tokios laidos kaip „Riplio – tikėkit netikėkit"[4] peržengia sveiko proto ir jo kuriamos pasaulio tvarkos ribas. Pažiūrėjęs „TV kiksuose", kaip televizijos žvaigždė nesugeba „tobulai" suvaidinti laidoje, vaikas gali susiformuoti beribius aktualius atitikmenis, lygindamas su tėvų daugiau ar mažiau (ne)tobulai atliekamais vaidmenimis namuose. Taip pat galima susieti ašaringų isterijų bei smulkmeniško pavyduliavimo scenas muilo operose su vaiko emocinių išgyvenimų patirtimi ir suaugusiųjų pastangomis jį drausminti; vaikai gali palyginti ir tėvų oficialų, „sceninį" elgesį su jais ir netyčiomis nužiūrėtus neoficialius, „užkulisinius" jų tarpusavio santykius.

Televizija vaikai gali naudotis ne tik pajuokdami ir pakirsdami suaugusiųjų primetamą drausmę, bet ir jos vengdami – susikurdami svajonių pasaulį, kuriame būtų laisvi nuo namuose ir mokykloje nuolat patiriamos suaugusiųjų kontrolės. Vaikai žiūri televiziją įvairiais tikslais ir daugeliu skirtingų būdų, bet labiausiai suaugusius erzina tas būdas, kurį jie (klaidingai) mano esant tipiška – tai absoliutus dėmesio sutelkimas, kai prikišęs nosį prie ekrano vaikas, regis, visiškai pasineria į reginį ar tampa bevale jo auka. Tai suaugusiems atrodo grėsminga, nes šiomis akimirkomis vaikas kuria nuosavą populiariąją kultūrą, nepavaldžią suaugusiųjų kontrolei. Nuolatinis suaugusiųjų raginimas pasitraukti toliau nuo ekrano yra bandymas sukurti socialinį ir fizinį atstumą tarp vaiko ir ekrano, kad galėtų įterpti savo įtaką ir vertybes. Nėra patikimų įrodymų, kad toks žiūrėjimo būdas kenkia sveikatai (regėjimui ar elektroniniams impulsams smegenyse – tai du iš dažniausiai pasitaikančių baubų, kuriais suaugusieji drausmina televizorių žiūrinčius vaikus),

[4] Ripley's Beleve It or Not.

be to, Palmer įrodė, kad toks žiūrėjimo būdas įsitraukus nėra tipiškas – vaikas anksčiau ar vėliau nusistato kitą atstumą nuo ekrano, panorėjęs pakeisti žiūrėjimo būdą ir televizijos santykį su visu kitu savo kasdieniu gyvenimu. Jei vaikas kartais žiūri televizorių įnikęs ir susikaupęs – tai jo pasirinkimas, bet ne todėl, kad televizija, nelyginant piktoji ragana, jį užkerėjo, – priežastis lemia vaiko socialinė padėtis. Kad būtų populiarios, kultūros pramonės prekės turi būti ne vien polisemiškos, tai yra suteikti galimybę produkuoti įvairias prasmes bei malonumus, – jos turi būti platinamos priemonėmis, kurių vartojimo būdas toks pat atviras ir lankstus. Televizija, knygos, laikraščiai, įrašai ir filmai yra iš dalies populiarūs ir todėl, kad jų terpės pobūdis leidžia žmonėms naudotis jais taip, kaip patinka. Kaip tekstai negali primesti žmonėms prasmių, taip negali primesti ir būdų, kaip juos įsileisti į kasdienį gyvenimą. Populiarioji diskriminacija apima ne tik tekstų, atitikmenų jų viduje pasirinkimą, bet ir pasirinkimą terpės, kurioje tekstas pristatomas, taip pat vartojimo būdą, geriausiai atitinkantį vartotojo socialinę kultūrinę padėtį bei reikalavimus.

7 SKYRIUS

Politika

Populizmas ir kairieji

Šioje knygoje mėginau parodyti populiariosios kultūros politinį potencialą, nes tikiu, kad jos šerdis visada yra politinė. Populiarioji kultūra kuriama ir ja džiaugiamasi socialinės subordinacijos sąlygomis, ir ji visada atsiduria politinių jėgų žaidimų sūkurio centre. Bet tyrinėdami populiariosios kultūros politiką neturime apsiriboti politikos kaip tiesioginio socialinio veiksmo apibrėžimu, nes tai tik virš vandens kyšanti ledkalnio viršūnė, kuri remiasi ne taip ryškiai matoma, bet labai realia politizuota sąmone. Tai ir populiariosios kultūros savimonė, ir išreikšta jos sąmonė.

Tam tikromis istorinėmis ir socialinėmis sąlygomis ši giluminė sąmonė gali išsiveržti į paviršių kaip matomas politinis veiksmas: į tai ir sutelksime dėmesį paskutiniame šios knygos skyriuje. Mane domina būdai, kuriais pažangusis politinis populiariosios kultūros potencialas gali suaižyti socialinį paviršių, o visų pirma – santykiai tarp makro- ir mikropolitikos, tarp radikaliosios ir pažangiosios minties bei veiksmo.

Laclau (1977) pateikta populizmo analizė yra geras pradžios taškas, nors šis tyrėjas labiau domėjosi radikalumu ir makropolitika, o aš manau, kad populiarioji kultūra esti veiksmingausia pažangiai veikdama mikropolitikos lygmeniu. Laclau nuomone, populizmas kapitalistinėse visuomenėse įgyja tris pagrindines formas, kurias galima skirti pagal jų santykį su valstybe.

Visų pirma Laclau išskiria demokratiškąjį populizmą, kai skirtumai tarp valstybės ir įvairių liaudies grupuočių laikomi organizuotais ir suprantami kaip vieni kitus papildantys, o ne antagonistiniai. Iš esmės tai yra liberalus pliuralistinis požiūris į socialinę diferenciaciją. Remiantis šiuo požiūriu diferenciacijos principas yra integruotas į sistemą taip, kad bet koks klasinis ar kitoks konfliktas arba pasipriešinimas gali būti neutralizuojamas. Kadangi tokį populizmą sukuria dominuojanti sistema, ši sistema jį ir absorbuoja, į savo kontrolės sferą perimdama visas valdomųjų patirtis, malonumus ir elgsenas. Neturinčiųjų galių santykiai su

sistema, kuri tas galias iš jų atėmė, galiausiai įgauna bendradarbiavimo ir sutikimo pobūdį, nors jis nėra nei sąmoningas, nei pareikštas laisva valia. Bet toks požiūris neatsižvelgia į populiariųjų formacijų gyvybingumą ir agresyvumą; jis negali paaiškinti nei hegemoninių galių pergalių nesaugumo ir laikinumo, nei priežasčių, dėl kurių dominuojanti ideologija turi taip sunkiai ir kryptingai dirbti, kad išlaikytų savo pozicijas. Kapitalizmui (arba patriarchatui) nereikėtų taip atkakliai piršti savųjų vertybių, jei populiarioji patirtis nebūtų sukaupusi tokios aibės jų nepakankamumo ir nelygybės pavyzdžių. Mano nuomone, tokia liberali pliuralistinė populizmo teorija nėra įtikinama.

Toliau Laclau plėtoja teoriją apie tai, ką jis apbirėžia kaip populiariąją ir populistinę opozicijas. Abi iš esmės skiriasi nuo Laclau apibūdinto demokratinio populizmo tuo, kad santykius tarp žmonių ir valstybės jos suvokia kaip iš esmės antagonistinius. Tarpusavyje jos skiriasi tuo, kad populiarioji opozicija struktūriškai įsikomponuoja į sistemą, kurios organizacija leidžia priešintis opozicijos keliamoms grėsmėms, o populistinė opozicija iškyla socialinės krizės momentu, kai susidaro istorinės sąlygos transformuotis valstybei ar netgi įvykti revoliucijai. Populiarioji opozicija yra panaši į demokratinį populizmą, tik be jam būdingo susitaikymo ar bendradarbiavimo – dominavimas šiuo atveju suvokiamas kaip priespauda. Ji pripažįsta, kad įvairios žmonių grupuotės turi interesų, kurie neišvengiamai prieštarauja valstybės interesams, ir tos grupuotės niekada neleis dominuojančioms galioms atsipalaiduoti ir pajusti, kad saugiai kontroliuoja padėtį. Tos grupuotės galbūt neveikia aktyviai, siekdamos nuversti galių bloką, bet nuolat jį spaudžia, energingai ir nesutaikomai reiškia savo opoziciškumą. Tokia populiarioji opozicija tam tikrais padidėjusio socialinio antagonizmo istorijos momentais gali peraugti į radikalų populistinį judėjimą, kuris ima kelti tiesioginę grėsmę valstybės galioms.

Kapitalistinių visuomenių populiarioji kultūra daugiausiai veikia populiariosios, o ne populistinės opozicijos sferoje, todėl jos politika greičiau yra ne radikali, o progresyvi. Aš dar pabrėžčiau, ko Laclau nepasakė, jog tokia populiari progresyvi politika yra būtina pirminė prielaida, jei ne būtina priežastis, kilti radikaliems populistiniams sąjūdžiams. Populiarioji kultūra ne tik teigia socialinių skirtumų egzistavimą, bet ir palaiko jų opoziciškumą, padeda žmonėms jį suvokti. Taigi tam tikromis politinėmis sąlygomis, ji leidžia jiems veikti – ypač mikropolitiniu lygmeniu – taip, kad išplėstų savo socialines kultūrines erdves ir perskirstytų (mikrolygmeniu) galias savo naudai.

Populiarioji kultūra yra progresyvi, o ne revoliucinė. Radikaliosios meno formos, kurios oponuoja dominuojančioms struktūroms arba jas ignoruoja, niekada netaps populiariomis todėl, kad jos negali sukurti kasdienio žmonių gyvenimo atitikmenų. Kasdienį gyvenimą sudaro seka taktinių manevrų, nukreiptų prieš kolonizuojančias jėgas. Kadangi jis (kasdienis gyvenimas) negali susikurti savo egzistavimo sąlygų, todėl turi tenkintis tomis, kurias turi, dažnai pasipriešindamas

jas sukūrusioms galioms. Radikalusis menas siekia susikurti savo egzistavimo formas, kad išsilaisvintų iš primesto *status quo*. Kultūros sistemoje jis turi didelę reikšmę, iš dalies jo radikalumas gali prasiskverbti ir pakelti populiariojo meno progresyvumą, tačiau niekada pats savaime jis negali tapti populiarus. Bourdieu (1984) faktiškai teigia, kad radikalusis menas yra buržuazinis ir lieka už populiariojo skonio ribų, o Barthes'as (1973) sako, kad avangardo menas gali tik sukelti konfliktą tarp buržuazijos frakcijų, bet niekada negali tapti klasių kovos dalimi. Radikaliojo meno politinį aktyvumą riboja jo nesugebėjimas būti aktualiu kasdieniame žmonių gyvenime; be to, bet kurį populiariojo meno radikalumą taip pat griežtai riboja tas pats aktualumo reikalavimas.

Populiariosios kultūros politika ir jos pažangumas dažnai buvo nepripažįstami teorijų, kurios neatsižvelgė į skirtumus tarp radikalumo ir pažangumo, tarp kasdienio gyvenimo mikropolitikos ir organizuotų veiksmų makropolitikos. Tai, kad populiariosios apraiškos nėra radikalios ar iš jų nekyla tiesioginių pasekmių makrolygiu, nereiškia, kad jos yra reakcingos, susitaikėliškos ar inkorporuotos – tai labai svarbi problema, su kuria susiduria kairiųjų pažiūrų mokslininkai ar politikos teoretikai, kurių dėmesys makropolitikai ir radikalumui sumažino arba iš viso atmetė mikropolitikos ir progresyvumo svarbą. Kairieji privalo daugiau dėmesio kreipti į progresyvumo ir radikalumo santykį, į santykį tarp mikro- ir makropolitikos veiksmų: kairiųjų judėjimo teoretikai turi tirti sąlygas, kuriomis 90 procentų panirusio politinio ledkalnio galėtų iškilti į paviršių ir suaižyti socialinį paviršių.

Artėjant paskutiniajam dvidešimtojo amžiaus dešimtmečiui, produktyvių rezistencinės kasdienybės taktikos ir strateginio lygmens ryšių sukūrimas išlieka vienu svarbiausių ir labiausiai stokojančių dėmesio kairiųjų politinių jėgų uždavinių. Kairieji dažniausiai nesugeba gauti paramos (ir rinkėjų balsų) iš tų žmonių, kurių interesus gina ir su kuriais nori būti tapatinami. Kai kurie marksistai netgi neigia „liaudies" kaip kategorijos socialinių santykių teorijoje pagrįstumą. Kairiųjų teoretikai, nepaisant kelių išimčių, nesugebėjo deramai atsižvelgti į pagrindines kasdienio žmonių gyvenimo problemas. Labiausiai rėžia akį tai, kad jie nesugebėjo sukurti pozityvios populiariojo malonumo teorijos. Dėl to jų teorijos gana lengvai įgauna puritoniškų bruožų: jų vizijų visuomenėje linksmybėms neskiriama daug vietos – todėl dešiniesiems paliekama galimybė žadėti pasilinksminimus. Tad viena iš pagrindinių šios knygos temų ir yra padėti suprasti populiariųjų malonumų politinę svarbą.

Kita kai kurių kairiųjų teorijų problema yra ta, kad jos negerbia žmonių, kurių vardu siekia kalbėti. Jos pavaizduoja žmones kaip sistemos aukas (tam tikra prasme jie tokie ir yra), o paskui visai logiškai sutelkia dėmesį į dominavimo veiksnių demaskavimą ir kritiką. Bet negatyvusis šio dėmesio aspektas yra tas, kad nepripažįstamas žmonių nesitaikstymas su sistema, jų nesuskaičiuojamos taktinės vengimo ir pasipriešinimo gudrybės, užsispyręs savo skirtingumo laikymasis, atsisakymas

būti paklusniu taip intensyviai jiems brukamos buržuazinės ideologijos subjektu. Nepakanka pavaldžiąsias grupes struktūriniu lygmeniu suvokti vien kaip aukas ir menkinti jų galias priešintis subordinavimui kasdienės praktikos lygmeniu. Dėl to gudrybės, kurių jie griebiasi kovodami su sistema, malonumai, kuriuos jie patiria jos išvengdami ir jai priešindamiesi, pergalės plečiant savo kultūrinę erdvę sistemos viduje nuvertinamos ir aiškinamos remiantis inkorporavimo teorija. Už šiuos kasdienio pasipriešinimo veiksmus žmonės ne giriami, o žeminami apšaukiant juos kultūriniais mulkiais dėl to, kad randa šiuose veiksmuose malonumą arba pasitenkinimą. Kadangi ši veikla nėra tokia strateginė kova, kai tiesiogiai susiduriama su sistema siekiant ją iš pagrindų sugriauti, tai tokie taktiniai reidai nuvertinami. Todėl visai nenuostabu, kad žmonės, susikūrę įvairiausias socialines priklausomybes, atsisako tapatintis su politinėmis ir kultūrinėmis teorijomis, kurios jų nevertina, atsisako pripažinti jų malonumus ar galias; nepripažįsta teorijų, kurių pabrėžtas dėmesys struktūroms bei strategijai gali atrodyti atsietas nuo žmonių ištobulintų kasdienio gyvenimo įpročių, padedančių išgyventi sistemoje ir jai priešintis.

Žinoma, politinės kairės nepasitikėjimas populizmu turi rimtą pagrindą. Bent jau Vakaruose sėkmingiausi populistiniai judėjimai buvo dešinieji – ir Hitleris, ir Musolinis į valdžią pateko ant populistinių sąjūdžių bangos, o ir Thatcher bei Reaganas yra populistinės retorikos meistrai. Daug atiduodamų už dešiniojo sparno populistinius lyderius darbininkų (ir moterų) balsų gali liudyti, kad populizmas – būtina priemonė išlaikyti jų formalią politinę galią. Ir Bennettas (1983b), ir Hallas (1980b, 1982, 1983) teigia, kad kairiesiems būtina suprasti socialistinio populizmo reikšmę ir sukurti tokią jo formą, kuri sujungtų kairiojo sparno teorijas ir politines platformas su kasdieniu gyvenimu žmonių, kurie iš to gautų daugiausia naudos.

Visoje šioje knygoje plėtojama mintis, kad populiarioji kultūra organizuojama aplink įvairias opozicinių santykių tarp žmonių ir galių bloko formas. Ši opozicija visada gali būti potencialiai pažangi ir faktiškai ji tokia dažniausiai yra. Kol populiariosios jėgos siekia išvengti drausminančių, kontroliuojančių galių bloko jėgų ir joms priešintis, tol jos atveria erdves, kuriose gali reikštis progresyvumas.

Tačiau turime pripažinti, kad opozicija ne visada privalo būti pažangi. Žmonės, kurie mano, jog galingųjų blokas pažengė per toli, pasidarė perdaug progresyvus, sudaro aljansus, kurių paskatos bent jau kai kuriais aspektais esti reakcingos. Vadinasi, egzistuoja dešiniojo sparno populizmas, yra tam tikros žmonių grupuotės, veikiančios kaip reakcinga, o ne kaip progresyvi jėga.

Jungtinėse Valstijose gyvuoja populistinė religinė dešinė, o populiaresnis evangelinis judėjimas, neretas ir juodųjų bendruomenėse, oponuoja tam, ką laiko pavojingu galių bloko liberalizmu. Yra ir panašus „kaimiškasis" populizmas, kurio priklausomybės formuojasi tradiciniam kaimui priešpriešinant liberalų didmiestį, o jo regioniniai variantai supriešina pietines ir šiaurines valstijas, vidurio

Vakarus ir pakrančių valstijas. Šioms opozicijoms, ar jos būtų progresyvios, ar reakcingos, bendra tai, kad pavaldieji žmonės nori nors šiek tiek kontroliuoti kai kuriuos savo gyvenimo aspektus, ypač kultūrą. Kova prieš galių bloką yra kova prieš socialinę ir kultūrinę kontrolę, todėl jei galių bloke įtakos turi kairiosios jėgos arba jei jame yra pažangių elementų, kai kuriais atvejais populiarusis oponavimas gali būti reakcingas.

Tai yra rimta kairiųjų jėgų problema, atskleidžianti paradoksą, kuriuo dešinieji mikliai pasinaudoja. Kairiųjų susirūpinimas neturinčių galių ir silpnųjų interesais bei gerove, jų tikėjimas, kad šis galių neturėjimas ir silpnumas yra socialinės sistemos, o ne žmonių nevisavertiškumo pasekmė, skatina juos siūlyti socialinių veiksmų politinę programą. Dešinieji tokią programą skubiai prilygino galių bloko stiprinimui ir žmonių galimybių kontroliuoti savo pačių gyvenimą silpninimui. Dešinieji sugebėjo šį populiarų troškimą pakreipti savo naudai, išreikšdami jį savąja individualizmo ideologija. Todėl jiems pavyko parengti ir paleisti į apyvartą rinkinį dešiniojo sparno reikšmių, susijusių žmonių ir galių bloko opozicija. Šis reikšmių rinkinys aktualus populiariajai kultūrai, nes jame liaudis tapatinama su individualizmu ir laisve, o galingųjų blokas – su valstybės kontrole. Naudodamiesi populistine retorika, dešinieji bent jau partijų politikos srityje sugebėjo apibrėžti kairįjį sparną kaip antipopuliarų, o savąjį – kaip besirūpinantį žmonių interesais, drauge užmaskuodami apibrėžimų paradoksą.

Šie retorika politikus ir įstatymų leidėjus pristato kaip matomą galių įsikūnijimą, taigi (sveiką) populiarųjį skepticizmą, su kuriuo į juos žiūrima, pavertė „sveiko proto" teiginiu, kad valstybė neturi rūpintis žmonių interesais, nes šie esantys laisvos asmenybės. Kraštutinis atvejis, žinoma, yra visa apimantis valstybės prilyginimas komunizmui, o individualizmo – amerikietiškumui.

Priešindamiesi dešiniojo sparno retorikai apie individo laisves, kairieji naudoja socialinio sąmoningumo ir teisingumo retoriką, kuri nelabai žavi populiariąją sąmonę ir nedera su malonumu. Kairiesiems reikia rasti būdų, kaip suderinti savo reiškiamą susirūpinimą sveikatos priežiūra, gerove ir švietimu su populiariais laisvės ir savikontrolės troškimais. Kaip teigia Williamson (1986), kritikuodami materializmą ir individualizmą, kuriais sistema iš pažiūros patenkina (kad ir kaip iliuziškai) žmonių poreikius, kairieji linko pačius tuos poreikius apšaukti nepagrįstais, užuot ieškoję pažangesnių būdų jais pasirūpinti. Tokios paieškos, jei iš viso kada nors bus pradėtos, privalės remtis supratimu, kaip žmonės išsigudrino įgyvendinti savo troškimus ir poreikius sistemoje, kuri galiausiai siekia ne juos patenkinti, o varžyti ir kontroliuoti.

Kairiesiems taip pat reikia atriboti socialinį veiksmą nuo galių bloko veikimo ir susieti jį su populiariąja kontrole. Jie privalo parodyti, kad galingųjų blokas – tai ne tik akivaizdūs valstybės veiksmai, kad jo antipopuliariosios jėgos yra prasiskverbusios į visą socialinę sąrangą, ypač į ekonomikos sritį.

Vis dėlto ši knyga – ne apie politinius veiksmus ir retoriką, o apie populiariąją kultūrą, kurioje populiarusis skepticizmas, pasipriešinimas ir vengimas gali būti daug pastebimesni negu politinėje sferoje. Tuo noriu pasakyti ne tai, kad tarp populiariosios kultūros ir politikos nėra jokių sąsajų, o tai, kad nereikia tikėtis, jog tos sąsajos bus tiesioginės ir glaudžios. Veikiau jos bus pasklidos, tolimos ir kartais visai nepriežastingos. Politinis populiariosios kultūros potencialas gali kartais pasireikšti, kartais – visai nepasireikšti net mikropolitikos sferoje, bet net ir tuomet tokio potencialo egzistavimo neigti negalima. Taip pat turime pripažinti, kad kai kuriais atvejais populiariosios kultūros politinis veikimas gali būti prieštaringas – pavyzdžiui, kai rasinis ar klasinis progresyvumas pasireiškia kartu su konservatyvumu lyčių politikos srityje.

Kultūrinių formų politiškumas išplaukia ne iš formalių savybių, o iš jų socialinio sutelktumo, kurį sunku atsekti, ir mes tik pradedame kurti tinkamas metodologijas ir būdus teoriškai nagrinėti kultūrinės praktikos prieštaras ir sudėtingumą.

Kaip tinkamą pavyzdį galima paminėti kantri muziką. Iš pažiūros kantri stiliaus muzika yra ir populiari, ir reakcinga, vis dėlto siekimas per ją išreikšti kaimo gyventojų jaučiamą kolektyvinę priešpriešą didmiesčio galių kontrolei gali būti bent jau išlaisvinantis. Jos progresyvus potencialas kyla ne tiek iš formalaus turinio, kiek iš socialinio skirtingumo palaikymo, „kaimo“ sąmoningumo įteisinimo priešpriešinant jį didmiesčio hegemonijai. Vienomis istorinėmis aplinkybėmis toks sąmoningumas gali būti radikalus arba pažangus, o kitomis – reakcingas. Tačiau svarbu, kad jis yra.

Australijoje galima stebėti įdomią populiariosios kultūros politikos supratimo problemą. Tradiciškai populiariausia (neskaitant aborigeniškos) tarp gentimis gyvenančių aborigenų yra kantri ir vesterno stiliaus muzika, o pats įtakingiausias Vakarų Australijos aborigenų politikas (greičiau progresyvus negu radikalus) yra kantri ir vesterno dainų atlikėjas, išleidęs nemažai albumų. Pastaruoju metu kai kurie jaunesni miestuose gyvenantys aborigenai pamėgo roką, o atviriau reiškiantys politines pažiūras – regi stilių. Plačiai pripažįstama, kad rokas ir regis stipriau reiškia socialinės opozicijos motyvus, o kantri ir vesterno muzika – daug silpniau. Bet prisiminkime, kaip aborigenai įžiūrėjo ekonomiškai menkai išsivysčiusiam pasauliui naudingas prasmes filmuose apie Rembo. Panašiai kantri ir vesterno antiurbanizmas padeda jiems susikurti prieš baltuosius nukreiptas prasmes, keliančias aborigenų sąmoningumą.

Ir lankydamasis čerokių rezervate, dažniausiai girdėjau kantri ir vesterno muziką. Žinoma, ji daugiausiai buvo atliekama baltiesiems turistams, tačiau reikšminga tai, kad būtent ši muzika buvo parinkta linksminti turistams, lankantiems rezervatą. Net labiausiai ekonomine nauda grindžiamas paaiškinimas vis viena turi pripažinti, kad indėnai šią muziką bent šiek tiek savinasi. Visi kiti spąstai turistams buvo ekonomiškai sėkmingi, nes turėjo akivaizdžių indėniškumo požymių – tai buvo indėnų kultūros vesternizuota hibridinė forma. Kalbant apie muziką,

procesas, regis, pasuko priešinga kryptimi – indėnai perėmė Vakarų kultūros formą, tačiau tuo pat metu vyko jos „suindėninimo“ procesas. Tai aš teigiu remdamasis savo paties stebėjimais: jaučiau, nors negalėjau įrodyti, kad koncertas buvo ne vien maskaradas turistams – čerokių muzikantai kažkokiu ironiškai prieštaraujančiu būdu šią antiindėnišką muziką pavertė kultūros forma, turinčia indėniškumo elementų. Taip pat numaniau, kad jauni indėnai, šokdami su klumpėmis pagal šią muziką, ne tik vaidino prieš baltuosius (ir ragino įsijungti į šokį) – šokyje buvo juntama potekstė, kad jie šoka sau ir tarpusavyje. Šokėjų žvilgsniai, šypsenos ir mimika, man atrodo, perteikė indėniškas prasmes ir malonumus, kurie viršijo vaidinimo turistams reikalavimus. Kantri ir vesterno muzikoje yra kažkas, kas leidžia ją mobilizuoti skirtingoms baltųjų subkultūroms, kai kurioms aborigenų ir indėnų kultūroms – ir tokių skirtingų mobilizacijų neįmanoma paaiškinti vien jos iš pažiūros reakcinga forma.

Negalima garantuoti, kad kokia nors konkreti interpretacija sužadins tam tikros kultūrinės formos ar veiklos politiką. Bet koks opoziciškumas gali likti „užšaldytu“ potencialu; bet net jeigu jis ir bus sužadintas, negalima tvirtai numatyti, ar jo kryptis bus pažangi, ar konservatyvi. Antai Bruce'o Springsteeno dainą „Gimęs JAV“[1] gali savintis ir dešinieji, ir kairieji, kad išreikštų savo labai skirtingas amerikietiškumo prasmes, o „Midnight Oil“ daina „Liepsnojančios vagos“[2] populiari tarp nuošalių Australijos rajonų šachtininkų, nors joje kalbama apie aborigenų teises į žemę – o tai tiesiogiai prieštarauja ir pačių šachtininkų rasiniams prietarams, ir politiškai jų pramonės šakai, kurios ekonominiams interesams kelia grėsmę aborigenų judėjimas už teises į žemę. Jie girdi tik sunkiojo roko muziką, o ne pažangius kairiųjų pakraipos žodžius. Populiariųjų formų politiškumas pasireiškia ne tiek teksto savybėmis, kiek jo interpretavimo sąlygomis, arba tiksliau, jis atsiranda šių dviejų komponentų sandūroje.

Pavyzdžiui, progresyvų ir teikiantį galių serialo „Kegni ir Leisi“ potencialą išnaudoja tos gerbėjos, kurių socialinė padėtis turi lyčių antagonizmo elementų, kurios išgyvena savąjį socialinės krizės variantą, kad ir kokia blanki būtų jo kasdienė išraiška. Mažiau tikėtina, kad tos moterys, kurių socialinė situacija leidžia lengviau prisitaikyti prie patriarchato, iš jo susikurs pažangių prasmių. Taip ir serialas „Dalasas“ gali pasiūlyti prieštaringų politinių prasmių įvairių socialinių padėčių interpretatoriams – o tos interpretacijos gali būti ir reakcingos, ir progresyvios, ar netgi ir tokios, ir tokios vienu metu, pavyzdžiui, jei progresyvi lyčių politika eis lygia greta su visiškai reakcinga klasių politika. Svarbiausia tai, kad politika yra sociali, ne tekstiška, ir jei tekstas verčiamas politiniu, tai šis politizavimas vyksta sąlyčio su socialumu taške.

---

[1] Born in the USA.

[2] The beds are burning.

Tai nereiškia, kad visi tekstai yra vienodai politiški (net potencialiai) ar kad įvairios politizuotos prasmės vienodai dažnai pasitaiko bet kuriame tekste. Politika visada yra oponuojančių jėgų kova, politinių sąjungų sudarymo procesas, kai nuolat iš naujo apibrėžiama opozicija. Kad būtų mobilizuotas politinis teksto potencialas, iš jį sudarančių diskursų turi būtu atkurta kova, ekvivalentiška tai socialinei kovai, kurią patiria skaitytojas. Visai taip, kaip galios visuomenėje nėra pasiskirsčiusios tolygiai, potencialios prasmės nėra tolygiai pasiskirsčiusios tekstuose. Atrodo, kad reikia padėti daugiau pastangų siekiant išgauti profeministines prasmes iš „Dalaso" negu iš „Kegni ir Leisi". Taip pat turime pripažinti, kad bet kurios pažangios prasmės patiriamos ne atsietai, bet visados per konfliktišką santykį su galių bloko jėgomis, kurioms oponuojama. Pavyzdžiui, Kristinos Kegni įgalinančios feministinės prasmės gali būti pergyventos kaip pasipriešinimas tik tuomet, jei interpretatorė tuo pačiu metu susikurs vyriškąsias policijos pajėgų struktūros ir įstatymo galios visuomenėje prasmes. Pasipriešinimas – tai ne esybė, o santykiai, ir abi santykiaujančios šalys turi dalyvauti veiksme.

Populiarumas, pliuralizmas ir folkloras

Populiariosios kultūros interpretavimo santykiai nesiremia liberaliuoju pliuralizmu, nes jie visuomet yra dominavimo ir subordinacijos, iš viršaus į apačią nukreiptos jėgos ir jai besipriešinančios ar jos vengiančios iš apačios į viršų nukreiptos jėgos santykiai. Kai populiariųjų interpretacijų politinis potencialas realizuojamas dažniausiai mikropolitiniu lygmeniu, jo efektyvumas pasireiškia socialinių jėgų perskirstymu beteisių naudai. Jis niekada nekuria tokio liberalaus pliuralistinio konsenso, kai socialiniai skirtumai sutartinomis pastangomis palaikomi palyginti stabiliai harmonijai, kur visi santykiškai laimingi arba bent jau susitaikę su savo padėtimi. Liberalusis pliuralizmas aprašo populiariąją kultūrą kaip tam tikros formos ritualą, kuris užglosto socialinius skirtumus ir sulydo juos į kultūrinį konsensą. Liberalusis pliuralizmas aiškina populiariąją kultūrą kaip savotišką kultūros forumą, kuriame nepriklausomai nuo socialinės padėties visi turi lygias galimybes pasisakyti ir būti išgirsti. Toks požiūris visiškai neteisingai vaizduoja populiarumo politiką ir procesus.

Populiarioji kultūra išsivysčiusiose visuomenėse – tai valdomųjų, kurie nekenčia savo subordinacijos ir atsisako susitaikyti su savo padėtimi arba jungtis prie tą padėtį išlaikančio susitarimo, kultūra. Tai nereiškia, kad jie gyvena apimti nuolatinio antagonizmo būsenos – taip būna tik socialinės ar asmeninės krizės sąlygomis, – jų opoziciškumas sporadiškas, kartais snaudžia, kartais leidžiasi į

partizanišką reidą, bet niekada galutinai nenumarinamas. Kartais pasipriešinimas esti aktyvus ir įžūlus, kartais atkakliai atmetantis dominavimą, o kartais – labiau vengiantis, karnavališkas ir išlaisvinantis. Opozicijos formos tokios pat įvairios kaip ir valdomųjų formacijos, bet pagrindinė per jas visas einanti gija, kartais ryški, kartais beveik nematoma, yra antagonizmas.

Todėl populiarioji kultūra nėra nuolankiųjų kultūra. Patriarchaliniam baltųjų kapitalizmui pavaldūs žmonės nėra bejėgiai ir supančioti. Ekonominiai ir socialiniai nepritekliai neatėmė iš jų nei savitumo, nei gebėjimo priešintis pavergiančioms jėgoms ar jų vengti: priešingai, tai – paskata nuolat išradinėti vis naujas kasdieniškam pasipriešinimui pritaikytas taktikas, kurios niekad neleidžia galių blokui atsipūsti ar pamanyti, kad pergalė jau pasiekta.

Jei liberalusis pliuralizmas negali paaiškinti populiariosios kultūros, jos aiškinimo modelių tenka lygiai taip pat atsargiai ir kritiškai ieškoti folkloro tyrinėjimuose. Pramoninių visuomenių žmonės nėra „liaudis", o populiarioji kultūra nėra folkloras, nors ir turi bendrų požymių. Ne taip kaip populiarioji kultūra, folkloras – tai rezultatas palyginti stabilios tradicinės socialinės tvarkos, kai socialiniai skirtumai nėra konfliktiški, todėl juos apibūdina socialinis konsensas, o ne socialinis konfliktas. Tie, kurie mėgina tyrinėti kapitalistinės visuomenės populiariąją kultūrą antropologiniais metodais, skirtais tradicinėms gentinėms kultūroms tirti, dažnai genties ritualų modelius klaidingai taiko pramoninei populiariajai kultūrai. Suvokti populiariąją kultūrą kaip liaudies kultūros atmainą – reiškia neigti jos konfliktiškumo elementus. Drauge vis neigiamos ir jos kintančios paviršinės formos, kai žmonių ištikimybės kaskart formuojasi ir persiformuoja socialinėse gardelėse. Mintį, kad pramoninės visuomenės žmonės yra „liaudies" ekvivalentas, labai lengvai gali asimiliuoti depolitizuotas liberalusis pliuralizmas.

Ne taip kaip liaudies kultūra, populiarioji kultūra yra laki ir efemeriška. Čia vis ieškoma naujų ženklų, kaip keičiasi žmonių grupuotės, todėl jai reikia nuolat kintančio išteklių banko, iš kurio galėtų produkuoti ir reprodukuoti populiariąsias kultūras.

Ne taip kaip liaudies kultūra, populiarioji kultūra gaminama sudėtingos struktūros pramoninėse visuomenėse, kurių patirtys formuojasi komplikuotais ir dažnai prieštaringais būdais. Mūsų socialinių ryšių patirtys pereina visą kontinuumą reikšmių – nuo makro iki mikro. Pavyzdžiui, mes suvokiame, kad gyvename Vakarų kapitalistinės demokratijos sąlygomis, priklausome tam tikroms tautinėms ar regionų bendruomenėms, taip pat esame vietos bendruomenių nariai. Be to, yra ir kiti pjūviai – tokie kaip priklausomybė klasei, rasei ar lyčiai. Taigi tam, kad, pavyzdžiui, serialas „Dalasas" būtų populiarus, jame turi būti perteiktos sudėtingos ir prieštaringos prasmės, susijusios su amerikietiškumu, klase, lytimi, šeima – apsiribokime tik šiomis keliomis. Neturėdamas tokio polisemantinio potencialo, serialas negalėtų tiesiogiai ir įvairiai įsikomponuoti į kasdienį žiūrovų gyvenimą. Liaudies kultūros yra daug homogeniškesnės ir neprivalo aprėpti visos įvairovės

socialinių priklausomybių, kurias suformuoja sudėtingų visuomenių nariai. Pavyzdžiui, liaudies kultūra nesusiduria su problema, kurią išgyvena netolerantiškas baltasis nacionalistas, stebintis, kaip juodaodžiai jo šaliai iškovoja aukso medalius olimpinėse žaidynėse.

Ne taip kaip liaudies kultūros, populiariosios kultūros kuriamos iš kultūrinių išteklių, kurių juos vartojančios socialinės grupuotės pačios nepagamino. Populiarioji kultūra kuriama iš pramoniniu būdu pagamintų ir išplatintų prekių, kurios tam, kad pasiteisintų ekonomiškai ir iš viso galėtų egzistuoti, privalo pateikti įvairias kultūrines galimybes daugybei socialinių grupuočių. Ištekliai, iš kurių gaminama populiarioji kultūra, cirkuliuoja socialinių skirtumų įvairovėje. Tad populiarioji kultūra visada apima aibes susitarimų tarp centro ir periferijos, tarp santykinai unifikuotų ištikimybių galių blokui ir įvairiausių grupinių žmonių interesų, tarp vientiso teksto ir įvairių jo interpretacijų. Jungtiniai galių bloko interesai yra ir ekonominiai, ir ideologiniai: tai nuolat veikiantys strateginiai interesai, bet jiems visada oponuoja ir jų vengia heterogeniški ir konfliktiški žmonių interesai. Populiarioji kultūra yra konflikto kultūra, o liaudies kultūra – ne.

Žinoma, egzistuoja arba egzistavo opozicinių pramoninių grupių liaudies kultūros – tokios kaip kai kuriose medkirčių ar kalnakasių bendruomenėse – reiškusios pasipriešinimą išnaudojimui. Jų dainos priklauso liaudies kultūrai, būdingai tai bendruomenei, kuri jas sukūrė ir atkuria kaskart dainuodama jas. Tokias dainas, be abejo, galima dainuoti ir kitose socialinėse grupuotėse – pavyzdžiui, darbininkų lankomuose miesto senamiesčio baruose – tačiau šiuose kontekstuose jų malonumai visada priklauso kitiems, svetimiems. Kai liaudies kultūros gaminys peržengia socialinės grupuotės, kuri jį sukūrė, ribas, visada išlieka jo svetima prigimtis, todėl „kaimiški“ krepšiai arba „čiabuvių“ keramika priemiesčių kotedžuose visados turi egzotikos prieskonį. Liaudies kultūra už jos pagaminimo socialinių sąlygų ribų visada yra *jų*; populiarioji kultūra yra *mūsų*, nors jos, kaip pramoninės prekės, kilmė susvetimėjusi.

Kai kurios kultūros formos ir mūsų visuomenėje gaminamos bei cirkuliuoja tik tam tikroje bendruomenėje ir už jos ribų neišeina. Pavyzdžiui, gėjų bendruomenių grupuotės gamina ir leidžia apyvarton savas kultūros formas. Ta prasme, kurią aš vartoju šioje knygoje, tokia kultūra nėra populiari. Jokiu būdu neversdama savo interesams tarnauti dominuojančios sistemos gaminamų išteklių, bendruomenė mano, kad jos opozicija socialinei tvarkai yra tiek radikali, kad bet kokie tos tvarkos tiekiami kultūriniai ištekliai yra per daug užkrėsti, kad juos būtų galima vartoti. Todėl bendruomenės ima gaminti savo atskiras subkultūras, kurias galima laikyti radikalizuotomis liaudies kultūros formomis.

Tačiau populiariąją kultūrą industrinėse ir liaudies kultūros nepramoninėse visuomenėse sieja ir panašumai. Žmonių sąmonė gali peržengti socialinius atstumus, net ir tokių plačių, kaip tarp pramoninės ir nepramoninės visuomenių.

Sealas (1986) išvardija keturias pagrindines liaudies kultūros ypatybes, kurias vertėtų panagrinėti kiek išsamiau. Jis siekia nustatyti, kokiais būdais liaudies kultūra, ypač jos šnekamosios formos, gali egzistuoti ir egzistuoja šiuolaikinėse pramoninėse visuomenėse. Taigi jis ieško liaudies kultūros ir oficialesnės industrializuotos kultūros sąlyčio ir išsiskyrimo taškų.

Visų pirma, anot Sealo, folkloras apibrėžia ir identifikuoja grupės narius – dažnai kaip priešingybę kitoms grupėms. Tai išryškina vieną pagrindinių populiariosios kultūros problemų – ar jos pasipriešinimai yra individualizuoti, taigi darosi nekenksmingi socialinei tvarkai, ar ji skatina kokį nors solidarumo jausmą, kokią nors klasinę sąmonę, kurie gali transformuotis į tam tikrą socialinių veiksmų formą. Šioje knygoje teigiau, kad populiarioji kultūra normaliomis sąlygomis politizuojama tik mikropolitikos lygmeniu. Būtent šiame lygmenyje mes galime stebėti pereinamumą nuo vidinio, semiotinio fantazijos ar susikurtos prasmės pasipriešinimo prie kasdienio gyvenimo praktikos ir prie tiesiogiai išgyvenamų socialinių santykių. Paauglė Madonnos gerbėja, kuri fantazuoja, kaip padidinti savo galias, šią fantaziją gali įkūnyti elgsenoje, taip įgydama daugiau socialinių galių ir praplėsdama savo socialinę teritoriją. Susitikus merginoms su panašiomis fantazijomis ir atsikovotomis laisvėmis, atsiras solidarumo ir bendro pasipriešinimo jausmas, kuris rems ir skatins progresyvius veiksmus mikrosocialiniu lygiu. Taip pat ir moterys, įžiūrinčios profeministines ir prieš vyriškumą nukreiptas reikšmes muilo operose, gali sudaryti tarpusavio solidarumo frontą, naudodamos liežuvautojų tinklą. Toks pasipriešinimas mikrolygiu yra būtina sąlyga atsirasti socialinėms sąlygoms, kad politinis veiksmas makrolygiu būtų sėkmingas, nors pats savaime nebūtinai turi tapti tokio makropolitinio veiksmo priežastimi.

Vis dėlto kultūros teoretikams vidinio, mikropolitinio ir makropolitinio vyksmo tarpusavio santykiai kol kas lieka beveik neištirta problema. Iš tikrųjų gali būti, kad vienas iš produktyviausių kultūros kritiko uždavinių yra palengvinti ir paskatinti sąmoningumo ir veiksmų judėjimą tarp šių socialinių kultūrinių lygmenų. Teorija gali ugdyti vidinių ar sufantazuotų pasipriešinimų socialinį matmenį, jungti juos su panašia kitų žmonių patirtimi ir taip padėti atsikratyti gryno individualizmo; teorija gali pozicionuoti kasdienio gyvenimo ypatybes konceptualioje schemoje, taip stiprindama jų politinio matmens supratimą. Vadinasi, ji gali padėti tas ypatybes transformuoti į kolektyviškesnę sąmonę, kuri savo ruožtu gali virsti kolektyviškesniais socialiniais veiksmais.

Tokios problemos ir galimybės dar aktualesnės kultūros teoretikams, kai technologijų pažanga įgalina ir skatina kultūros privatizavimą. Vis daugiau kultūrinių veiksmų atliekama namų sąlygomis, nes tobulėjanti įranga suteikia vis daugiau galimybių užsiimti kultūrine veikla neišėjus iš namų, ypač muzikos srityje. Jau yra techniškai prieinami ir vizualūs aukštos kokybės ir stereofoninio atkūrimo

ekvivalentai, kurie tik laukia palankių komercinių sąlygų[3]. Tokia tobulesnė įranga leidžia dirbti su pigesniais prietaisais, todėl bent jau santykinai turtingesnių viduriniosios klasės namų sąlygomis sąveika su populiariaisiais tekstais gali nesiriboti svetaine, bet būti dar labiau privatizuota ir perkelta į atskirus šeimynykščių kambarius. „Asmeninis stereofoninis grotuvas" (toks, kaip „Sony" kompanijos sukurtas „Walkman") yra viena iš privačiausių kultūros technologijų – netgi privatesnė negu knyga, nes ausinės gali izoliuoti jų vartotoją nuo socialinių patirčių einant gatve daug labiau negu knyga.

Antra vertus, liaudies kultūra yra socialinė: ji atsiranda tokiose visuomenėse, kuriose socialinė patirtis yra svarbesnė už asmeninę, todėl dažniausiai ji kuriama ir atkuriama bendruomenėje. Socialinė aplinka skatina ir stiprina solidarumo jausmą – ne taip kaip šiuolaikinės socialinės sąlygos, kuriančios mūsų populiariąją kultūrą. Todėl kultūros teoretikui svarbu išrasti populiariosios kultūros pasipriešinimo privatizacijai būdus, ne paneigiant jų teisėtumą, bet išplečiant jau turimą socialinį potencialą ir palengvinant jų perkėlimą iš privačiosios į viešąją sferą.

Antrasis liaudies kultūros bruožas, kurį išskiria Sealas, – tai neformalus jos perdavimo būdas žodžiu arba rodant pavyzdį, todėl nėra ryškaus skirtumo tarp siuntėjų ir gavėjų. Praktiškai šis bruožas neatskiriamas nuo trečiojo liaudies kultūros požymio – ji veikia atsietai nuo pripažintų socialinių institucijų – bažnyčios, švietimo sistemos ar masinių ryšio priemonių, nors gali su jomis sąveikauti ar susipinti.

Populiarioji kultūra gali patekti į apyvartą įvairiais būdais. Ji cirkuliuoja kaip ištekliai arba tekstai, dažnai tarptautiniais keliais, nors dažniau nacionaliniu lygiu, bet visada aprėpia didelę socialinių grupuočių įvairovę. Populiarioji kultūra kuriama tada, kai kultūriniai ištekliai patenka į kasdienio žmonių gyvenimo akiratį. Ją gali sudaryti vien tiktai dialogas, užmegztas tarp interpretatoriaus ir pramoniniu būdu pagaminto teksto, arba egzistuoti tik kaip vidinė fantazija, tačiau daugeliu atvejų ir šiame lygmenyje ji neliks amžinai: vidinės fantazijos dažniausiai veršis į kokios nors rūšies išorinę apyvartą. Viena akivaizdi tokio proveržio forma – paprasčiausias pokalbis: masinės ryšio priemonės ir kitokie kultūriniai ištekliai, pavyzdžiui, sportas arba prekybos galerijų naujovės, yra viena įprasčiausių pokalbių temų namie, darbovietėje, socialinėse įstaigose, baruose ar bet kur kitur, jei tik žmonės turi galimybę pabendrauti akis į akį. Telefonas ir paštas išplečia šias galimybes už tiesioginio socialinio bendravimo ribų. Tokie pokalbiai yra selektyvūs ir produktyvūs, juose gimusios interpretacijos grįžtamai taikomos masinėms ryšio priemonėms – todėl prasmės bei malonumai, patirti iš televizijos laidos, futbolo rungtynių ar išvykos apsipirkti, iš dalies patiriami tiek prieš, tiek ir po įvykio, kalbantis su atitinkamos socialinės grupuotės atstovais. Išties kai kurios

[3] Nereikia pamiršti, kad ši knyga pasirode 1989 metais *(vert. past.)*.

prasmės ir kai kurie malonumai atidedami iki geresnių laikų, kai jais bus galima vėliau pasidžiaugti plepant su draugais. Pavyzdžiui, daugelis žmonių man pasakojo, kad žiūrėdami televizijos laidą jie dažnai sau pasako: „Trokštu sužinoti, kokia bus to ar kito draugo nuomonė šiuo klausimu". Populiariosios kultūros produktyvumas buvo viena iš pagrindinių šios knygos temų, todėl nėra prasmės šią temą plėtoti iš naujo.

Tačiau egzistuoja ir ne tokia tiesioginė socialinė prasmių apyvarta, kurią reikėtų plačiau aptarti. Ji dažnai įgyja komercinį pavidalą, todėl atsiranda tikimybė nepakankamai įvertinti jos populiariųjų matmenį. Kai gerbėjai perka antrinius tekstus arba šalutinius produktus, jie ne tik dar labiau įsitraukia į prekybinę veiklą kaip vartotojai, bet ir aktyviai dalyvauja platinant pirminio teksto socialinę prasmę visuomenėje. Pasirinkdami, kurią Madonnos marškutę pirkti, kartu renkamės, kurias Madonnos reikšmes platinti. Pasirinkdami, kurį gerbėjų žurnaliuką pirkti ar kurį jo straipsnį skaityti, ir pasirenkame būdus, kuriais platinsime vienas prasmes, atmesdami kitas. Laiškų rašymas tokiems antriniams tekstams gali dar labiau padidinti produktyvumo netarpiškumą ir įtaką, nes šie antriniai ir šalutiniai tekstai kuriami ne vien tam, kad uždirbtų daugiau pinigų, bet ir tam, kad prisidėtų prie pirminių tekstų populiariųjų prasmių bei malonumų apyvartos. Komercinę sėkmę patiria tie tekstai, kuriais naudodamiesi gerbėjai gali susikurti vertingas socialines ar viešąsias reikšmes. Kai kurie iš tų antrinių kultūrinių tekstų yra beveik tiek pat reikšmingi kultūriniai ištekliai kaip ir pirminiai. Jie padeda susikurti kultūrinių reikšmių virtuvėlę, kurioje iš pirminių tekstų „prekybos centro" pasirinkti tekstai maišomi siekiant sukurti populiarųjį patiekalą arba jo populiariąją interpretaciją.

Tokie antriniai tekstai tampa populiariųjų galių perdavimo šaltiniu: jie leidžia interpretatoriui pajusti, kad jis netapo originalaus teksto auka. Pavyzdžiui, muilo operos gerbėjų tyrimai parodė, kad jie jaučia malonumą sužinoję, jog kurio nors aktoriaus arba aktorės kontraktas nebus atnaujintas. Tai – malonumas, papildantis pirminio teksto teikiamus malonumus, žinojimas, kad personažas išbraukiamas iš siužeto, suteikia galių tuo, kad demistifikuoja už to slypinčią komercinę būtinybę ir suteikia gerbėjui bent jau semiotinės kontrolės pojūtį. Žinojimas yra galia.

Tokie antriniai tekstai, kuriuose platinami gandai ir vidinė informacija apie kultūros pramonę, yra bent jau iš dalies populiarūs, nes jie siūlo simbolinę dalyvavimo gamybos procesuose formą, žinojimą, kuris gerbėjui leidžia pasijusti ne tokiam svetimam ir kuriuo jis gali padidinti interpretavimo produktyvumą. Panašų populiarumą galima rasti ir pažvelgus plačiau. Galių mūsų visuomenėje neturintys žmonės dažnai mano, kad jiems nesakoma, „kas vyksta iš tikrųjų". Skepticizmas, kurį Bourdieu laiko labai būdingu valdomųjų kultūrai, reiškia, kad oficialūs paaiškinimai ir komentarai niekada nėra priimami už gryną pinigą. Visada lieka jausmas, kad turintys daugiau galių visuomenėje žino daugiau už

mus. Gerbėjams skirti žurnalai kursto šį skepticizmą, teikdami skandalingus, įžūlius, nepasiduodančius tvarkai komentarus apie tai, ką galingųjų blokas norėtų nuslėpti.

Žinoma, tokie antriniai tekstai taip pat išvarpyti prieštaringų jėgų kaip ir pirminiai. Sensacingi gandai gali būti lengvai inkorporuojami galių bloko, kaip ir bet kuri kita populiarioji veikla – todėl žvaigždės, sportininkai, politikai ir kitos įžymybės taip pat joje dalyvauja, atskleisdami savo „tikrąsias paslaptis", ir kartais net užsitraukia dėl to nemalonę. Iš antrinių tekstų mes galime tikėtis, kad jie atskleis tokius pat konfliktiškus santykius tarp žmonių ir galių bloko kaip ir kiekvienas kitas kultūros išteklius. Šiuos tekstus populiarius padaro žmonės, *pasipiktinę* tuo, kad paprastai negauna vidinės informacijos, kas iš tiesų vyksta visuomenėje, ir iš dalies šis pasipiktinimas gali pasireikšti antagonizmu interpretavimo santykių, atgaminančių socialinių santykių antagonizmą.

Net ir labiausiai komercializuoti antriniai tekstai, pavyzdžiui, žaislai, vaizduojantys populiarių vaikų televizijos laidų herojus, nebūtinai apsiriboja vien ekonomine funkcija. Pavyzdžiui, Alfo[4] žaislinį variantą guldantis į lovytę šalia savęs vaikas gali pasiimti ne tik minkštą pūkuotą prekę, bet ir visą rinkinį reikšmių – pavyzdžiui, supratimą, kad vaikiško būdo Alfo kitoniškumą suaugusiųjų pasaulyje galima paaiškinti tik tuo, kad jis kilęs iš kitos planetos; kad jo vaikiškas beprasmiškas elgesys kartais pasirodo prasmingesnis negu suaugusiųjų sveikas protas, siekiantis jį kontroliuoti ir drausminti. Tai, kad tėvai už žaislą sumokėjo kokius 17 dolerių, neatima vaikui galimybės prieš užmingant apsikabinti suaugusius puolančias ir vaikus ginančias reikšmes. Žaislas padeda televizijos laidos malonumams susilieti su kasdieniu vaiko pasauliu.

Ketvirtoji Sealo nurodoma ypatybė, apibūdinanti liaudies meną, yra ta, kad liaudies mene nėra standartinio teksto: folkloras egzistuoja tik kaip proceso dalis. Tai taip pat dera prie populiariosios kultūros procesų – pramoniniu būdu pagaminta ir išplatinta kultūrinė prekė neegzistuoja taip kaip standartizuotas folkloro tekstas, tačiau ji tekstualizuojama tik perskaitymo momentu, tik tuomet, kai aktualizuojamas jos reikšmių potencialas. Tuo būdu ji atlieka ribojančią arba sąlygojančią funkciją, neturinčią atitikmens folklore, todėl populiarusis skaitytojas, kuriantis kultūrą kovoje su svetimųjų pagamintais ištekliais, nėra tikslus liaudies kultūros dalyvio atitikmuo. Vis dėlto populiarioji kultūra, kaip ir folkloras, egzistuoja tik produkcijos ir reprodukcijos procesuose, tik kasdienėje veikloje, o ne stabiliuose savarankiškuose tekstuose.

Nors populiarioji kultūra nėra liaudies kultūra, abi turi panašumų. Abi yra žmonių kultūros, tik skirtinguose socialiniuose kontekstuose. Tačiau populiarioji

[4] To paties pavadinimo serialo vaikams herojus, keistas kalbantis kailinis žverelis, atvykęs iš kosmoso *(vert. past.)*.

kultūra tikrai nėra masių kultūra. Terminą „masių kultūra“ vartoja tie, kurie mano, jog kultūros prekes, pagamintas ir išplatintas pramoniniais būdais, galima įsiūlyti pasyviai, susvetimėjusiai masinei publikai taip, kad būtų užglaistyti socialiniai skirtumai ir sukurta vienoda kultūra. Jei toks procesas ir būtų įmanomas, – o to nėra, – tai jis būtų antikultūriškas ir antipopuliarus, jis būtų antitezė kultūros, kurią suprantame kaip prasmių ir malonumų kūrimą bei apyvartą, kartu ir antitezė populiarumo, kurį suprantame kaip neklusnių, opozicišku, skandalingų jėgų aibę. Nėra masinės kultūros – tėra pavojų keliančios pesimistinės masinės kultūros teorijos, kurios geriausiu atveju gali tik atskleisti galių bloko ekonominius ir ideologinius imperatyvus, bet ne kultūros procesus, kuriais žmonės jiems priešinasi arba atmesdami, arba paversdami populiariąja kultūra.

Progresyvusis skeptiškumas

Šioje knygoje ir jos papildyme pabrėžiau tai, ką ignoruoja masinės kultūros teoretikai: atkreipiau dėmesį į tuos momentus, kai hegemonija pralaimi, kai ideologija pasirodo silpnesnė už pasipriešinimą, kai prieš socialinę kontrolę sukyla nedrausmingumas. Aš teigiu, kad tokiais momentais kuriami malonumai ir politika yra esminiai populiariosios kultūros teorijai, nes jais išreiškiami žmonių interesai. Populiarioji kultūra visada turi progresyvumo potencialą, todėl teoriškai ir praktiškai svarbu nurodyti būdus, kuriais jį būtų galima realizuoti, taip pat istorines ir socialines sąlygas, kuriomis toks realizavimas būtų tikėtiniausias. Kreipdamas dėmesį į progresyvųjį potencialą, aš stengiausi neužmiršti fakto, kad populiariosios kultūros politika pilna prieštaravimų ir kad kai kurie reiškiniai tam tikromis istorinėmis bei socialinėmis sąlygomis gali būti ir reakcingi. Tačiau jie retai būna vien tik reakcingi – pavyzdžiui, dažnai reakcinga lyčių politika gali sustiprinti klasinį arba rasinį solidarumą.

Be to, populiariosios kultūros malonumams priešpriešinami malonumai, siūlomi kaip ideologijos „nemokami pusryčiai“ arba kaip masalas ant hegemonijos kabliuko. Tačiau šie malonumai tarnauja galių bloko interesams, jie yra antipopuliarūs, saugūs, kontroliuojami malonumai, kuriais galios stengiasi pakeisti pavojingus ir nenuspėjamus populiariuosius žmonių malonumus. Malonumų sritis taip pat pilna konfliktų, kaip ir prasmių sritis.

Šioje knygoje pamėginau apmesti kai kuriuos galimus sąryšius tarp populiariosios kultūros prasmių ir malonumų bei politinių veiksmų, ypač mikrolygmeniu,

bet taip pat potencialiai – ir makrolygmeniu. Kaip mokslininkas, nors ir politiškai angažuotas, labiau stengiausi nušviesti populiariosios kultūros procesus, o ne suformuluoti veiksmų programą, pagal kurią tų procesų supratimą būtų galima praktiškai panaudoti juos politiškai mobilizuojant. Mano nenoras kurti veiksmų programą turi dvi pagrindines priežastis – iš dalies tai įsitikinimas, kad politinių veiksmų programos gali būti sudaromos tik ypatingomis socialinėmis istorinėmis sąlygomis, bet svarbiausia priežastis ta, kad mano, kaip populiarosios kultūros gerbėjo, patirtis įspėja, jog žmonės skeptiškai priima „pamokslavimą" – ar jis būtų kairysis, ar dešinysis – ir supratimas, kad netaktiški ar netinkamu istoriniu laiku daromi bandymai organizuoti žmones gali sugriauti malonumus, kurie motyvuoja populiarųjį pasipriešinimą.

Klausau šio mane įspėjančio vidinio balso, nes esu ne tik mokslininkas teoretikas, bet ir populiariosios kultūros gerbėjas; mano skonis labai vulgarus: akademinis išsilavinimas nesugebėjo nuslopinti pasitenkinimo dalyvaujant populiariuosiuose malonumuose – pavyzdžiui, stebiu televizijos žaidimus visų pirma dėl to, kad jie man kelia didžiulį džiaugsmą, o antra, dėl to, kad jie mane domina kaip teoretiką. Kaip gerbėjas dalyvauju juose iš vidaus, o kaip mokslininkas – kritiškai stebiu iš šalies. Man 50 metų, ir daugybę laisvo laiko praleidau dalyvaudamas populiariojoje kultūroje. Mėgstu žiūrėti televizorių, skaityti sensacingus bulvarinės spaudos leidinius, prastus populiariuosius romanus ir žaviuosi įspūdingais populiariaisiais kino filmais. Daug laimingų valandų praleidau Disneilende, Greislende ir ekskursijose po „Universal Studios" kino kompanijos paviljonus, tačiau nesijaučiu mulkinamas kapitalistinės sistemos, nes iš jos gaunu didelį pasitenkinimą. Faktiškai *mano* malonumai dažniausiai yra kiek skirtingi, aš suprantu, kad tai yra *mano* malonumai, kuriuos susikuriu iš *jų* išteklių, ir kad tam tikru būdu aš, jų požiūriu, savo malonumui piktnaudžiauju jų ištekliais. Aš juokiuosi tada, kai jie to neplanavo; mano juokas ciniškai kandus ir gali jiems nepatikti. Šiuo atžvilgiu manau esąs tipiškas daugumos žmonių atstovas nesu tos nuomonės, kad mano patiriami populiarieji malonumai yra ypatingi ar privilegijuoti dėl to, kad kaip mokslininkas galiu juos nagrinėti įvairiais teoriniais požiūriais, kurie nėra kasdienio gyvenimo dalis. Mano mokslininko teoretiko padėtis skatina kurti programą, kurioje populiariosios kultūros supratimas padėtų įgyvendinti demokratiškesnę socialinę tvarką; tačiau manyje glūdintis populiariosios kultūros gerbėjas įspėja, kad ją kuriantys žmonės prieštaringai viskam, ką manys esant išoriniu įsikišimu. Todėl aš elgiuosi apdairiai.

Vienas iš daugelio dalykų, už kuriuos mes turime būti dėkingi Foucault, yra jo teiginys, kad galių santykių negalima tinkamai paaiškinti klasių santykiais, kad galia yra diskursyvi ir gali būti suprantama tik susiet su konkrečiu jos panaudojimo kontekstu, o ne su apibendrintomis socialinėmis struktūromis. Socialinės galios negalima prilyginti klasei ar bet kuriai kitai objektyviai apibrėžtai socialinei

kategorijai: moteris gali dalyvauti patriarchato galiose („Na, palauk, sugrįš namo tėvas!“) vienoje („tėvų“) socialinėje priklausomybėje ir lygiai taip pat ji gali jai priešintis ar ją šokiruoti pašaipiai apkalbinėdama vyrus su kitomis muilo operų gerbėjomis – tai tipiškas socialinių priklausomybių pakeitimo pavyzdys. Taip pat ir privilegijuotas vyras gali daug kartų patirti savo galių trūkumą sistemoje (lygiai kaip ir jų turėjimą joje). Galia yra socialinė jėga, kuri peržengia socialinių kategorijų ribas, nors, savaime suprantama, išlaiko su jomis tam tikrą sąryšį. Vyrai gali dalyvauti kurdami patriarchato galias (arba jų vengti, joms priešintis), kaip ir moterys, bet jie tai darys skirtingai. Kaip baltasis viduriniosios klasės vyriškis, aš galiu turėti bendros su daug labiau socialiai nuskriaustomis kategorijomis galių trūkumo patirties, bet klasiniai skirtumai darys įtaką mano ir jų reagavimo būdams. Socialinės galios negalima iki galo paaiškinti socialinėmis kategorijomis, bet lygiai taip pat to negalima padaryti atsietai nuo jų.

Tokios esminės populiariajai kultūrai socialinės priklausomybės formuojasi ir socialinės struktūros viduje, bet jos nei apsiriboja socialinėmis kategorijomis, nei yra jų sukuriamos. Socialinė asmenybė nėra taip absoliučiai determinuota, kaip mums bando įrodinėti kai kurios kraštutinės subjektyvizmo teorijos. Mūsų sąmonė nėra paprasčiausiai formuojama vien socialinių santykių ir jų ideologijos: mums prieinami diskursyvūs ir kultūriniai ištekliai, kuriais įprasminame savo socialinius santykius ir patirtį, yra poliglotiški ir neapsiriboja vis tos pačios pasakos sekimu, vis to paties (ideologiškai determinuoto) reikšmių rinkinio kūrimu. Tuos išteklius naudojame tiek pat, kiek jie naudoja mus: mes greičiau esame socialiniai veikėjai, o ne socialiniai subjektai.

Žinoma, mūsų patirtys kyla iš socialinės tvarkos ir yra jos ribojamos, tačiau prasmės, kurias mes suteikiame joms ir sau tų ribų neperžiangdami, nebūtinai yra tos, kurių pageidautų toje tvarkoje dominuojančios jėgos. Taip pat mes nesame griežtai determinuoti kalbinės ar kitų semiotinių sistemų, kurioms priklausome nuo gimimo ir į kurias su didesniu ar mažesniu primygtinumu įkomponuojama dominuojanti ideologija. Kalbos sistemos yra sudėtingos ir prieštaringos – jų kultūrinė veikla negali būti apribota vien dominuojančios ideologinės sistemos atgaminimu, nes mūsų visuomenė neatsirado kaip kapitalizmo, patriarchato ar kitos socialinės jėgos triumfo žygio be jokio pasipriešinimo rezultatas: visuomenės istorija yra nuolatinių konfliktų istorija, kurioje visos pergalės dalinės, o visi pralaimėjimai neabsoliutūs. Tai aiškiai demonstruoja istoriniai populiarumo tyrimai. Pavyzdžiui, Darntonas (1985) parodo, kaip konkreti žmonių grupė (t. y. spaustuvininkų parankiniai) aštuonioliktojo amžiaus Prancūzijoje išreikšdavo (rezistentišką) požiūrį į savo pavaldžią padėtį šnekamąja ir kasdiene kultūra ir kokia maloni (bei įžūli) ta veikla galėjo būti. Mūsų socialinė struktūra, sakytinė kultūra, kultūriniai ištekliai yra neišdildomai išraižyti šių prispaustųjų, bet galutinai neišnaikintų grupuočių paliktomis pasipriešinimo žymėmis: tos pasipriešinimo jėgos,

vis dar gyvos kasdienio gyvenimo lokaliuose veiksmuose, yra ir prieinamos, ir būtinos produktyviems populiariosios kultūros veikėjams lygiai taip pat, kaip jiems prieinami kultūros pramonės tiekiami ištekliai. Populiarioji kultūra kilo iš šių labai prieštaringų socialinių impulsų ir yra iš jų sudaryta.

Klasikinės subjektyvumo teorijos (ir socialinės, ir psichoanalitinės) pabrėžia, kad prieštaringų jėgų ginčas išsprendžiamas dominuojančiųjų naudai: socialinio subjektyvumo sandarą jos aiškina dominuojančių jėgų pergale. Todėl neišvengiamai šių pergalių rezultatas yra santykinai unifikuotas atskiras socialinis arba ideologizuotas subjektas. Tačiau naujesnės teorijos pabrėžia nevienalytį, prieštaringą subjektą, kuriame tebevyksta socialinė kova, kuriame kartais patogiai, o kartais nepatogiai prieštaringos subjekto pozicijos esti greta viena kitos. Kiti modeliai siūlo nomadiškąjį subjektyvumą, kuriame socialinis veikėjas klajoja tarp įvairių subjekto pozicijų, bet patekęs į naują nebegali ištrinti ankstesnėse pozicijose išdegintų žymių, tik iš naujo kurtis ant arba virš jų. Madonną aš galiu vienu metu stebėti ir kaip patriarchalinį subjektą (jos erotiškas kūnas man kelia vujaristinį malonumą), ir kaip postpatriarchalinį (arba antipatriarchalinį) subjektą (man malonu, kad ji meta iššūkį mano vujerizmui ir „teisėms“, kurias patriarchatas mano man suteikiąs).

Subjektyvumai, kaip ir socialinės patirtys, turi aktyvių prieštarų, kaip aktyvių prieštarų esama tekstuose ar diskursyviuose ištekliuose, naudojamuose prasmėms kurti. Būtinybė manevruoti tarp šių prieštaringų jėgų reiškia, kad išsivysčiusių visuomenių nariai greičiau yra socialiniai veikėjai, o ne socialiniai subjektai: šioms visuomenėms ir jų kultūroms būdingi prieštaravimai reikalauja aktyvios veiklos, o ne subjektyvumo. Interpretavimas, kaip ir kiti kultūriniai bei socialiniai įpročiai, yra socialinio veikėjo aktyvi veikla manevruojant tarp prieštaravimų, konstruojant tarp jų aktualumus ir priklausomybes, bet tai nėra priverstinis baigtinis reikšmių priėmimas. Tokia veikla nėra diktuojama voliuntarizmo ar laisvos valios – ji yra sociali, nes kyla iš prieštaringumo ir jam paklūsta, o prieštaringumas yra valdomųjų patirties šerdis išsivysčiusiose kapitalistinėse visuomenėse. Bet kurios socialinių jėgų linijos, siekiančios apskliausti arba apriboti erdvę, kurioje gali reikštis valdinio veiklumas, sutinka susikertančių arba pasipriešinančių jėgų linijas, kurios veikia plėsdamos tą erdvę. Malonumas – tai atlygis už naudojimąsi progomis, kurias šios nestabilios jėgos suteikia įgalinant ir stiprinant žmogaus socialinį veiksmingumą. Subjektai negali būti skeptiški, tačiau hedonistinis skeptiškumas yra būdingas žmonėms būtent dėl to, kad jis gimsta tais momentais, kai ideologinės ir socialinės kontrolės jėgos susiduria su joms nepaklūstančiomis kasdienio gyvenimo sąlygomis.

Daug prieštaringų malonumų man sukėlė pranešimas, kad Antrojo pasaulinio karo laikų bombonešis buvo nufotografuotas Mėnulyje („Weekly World News“, 1988 m. balandžio 5 d.). Kaip išsilavinęs žmogus, įgijęs pranašingą

tikėjimą moksline, empirine pasaulio tvarka, patiriu malonumą atsiribodamas nuo (žemesnio lygio) įsitikinimų (t. y. „prietarų“), kurie prieštarauja mano mokslinei „tiesai“, teigiančiai, kad bombonešis jokiu būdu ten negalėjo atsidurti. Bet tuo pačiu metu aš išlaikau „mokslo“ (ypač, bet ne vien, medicinos ir aplinkosaugos) atžvilgiu skeptiškumą, kuris man suteikia malonių sąlyčio akimirkų aptikus „tikrus“ faktus, kurių mokslas nesugeba paaiškinti, todėl jie atsiduria už jo diskursyvių galių ribos. Šiuos malonumus galiu patirti vienu metu arba pakaitomis (arba bent jau keisdamas jų dominavimą vienas kito atžvilgiu). Skeptiškumą galiu pasukti ir „mokslo“, ir „prietarų“ link, o jų prieštaroje esu laisvas nuo priklausomybės bet kuriam iš jų. Mano skeptiškumas ir kilo iš prieštaravimo, ir juo naudojasi; jis teikia malonumo tiek, kiek aš galiu manevruoti tarp šių dviejų skirtingų žinojimų, jis man leidžia pasijusti ne socialiniu subjektu, o socialiniu veikėju, kultūros kūrėju, o ne kultūriniu mulkiu. Jis sukuria erdvę, kurioje aš galiu pasijusti prasmių kūrėju: kai kurios iš jų yra maloniai aktualios mano socialinio bejėgiškumo patirtims – man patinka bent trumpam atsiriboti nuo sistemos, kai galiu sau tarti: „Jie nesugeba visko paaiškinti, jie nežino visko, jie nori užgniaužti tai, ko negali paaiškinti, nes tai, ko jie negali paaiškinti, nepaklūsta jų galioms“.

Mano malonumas yra rezistentiškas ir todėl, kad jis pripažįsta diskursyvią mokslo galią einant išvien su kapitalizmo ekonomine galia, ir todėl, kad nors ir silpniausiu įmanomu būdu sutikus, kad mokslas negali paaiškinti bombonešio atsiradimo Mėnulyje, drauge pripažįstama, kad kapitalizmas negali visiškai aprėpti ir kontroliuoti subordinuotųjų patirties. Sutrikęs mokslininkas, supratęs savo galių ribas, diskursyviu perkėlimo ar transformacijos būdu gali tapti sutrikusiu buržua, suvokiančiu savo galių ribas. Mėnulyje nukritęs bombonešis metaforiškai įprasmina subordinuotojo socialinę patirtį, peržengusią ribą prasmių (ir galių), kurias jam siūlo dominuojantys diskursai. Malonumą kelia ne Mėnulyje atsidūręs bombonešis, o oficialiosios tiesos atmetimas. Jis yra įžeidžiantis, todėl mokslas (arba galia) sieks ne jį paaiškinti (nes tai būtų fakto pripažinimas), o užgniaužti ir paneigti. Šis pasakojimas man teikia malonumą suvokti, kad mokslas, mano (populiariuoju) supratimu, yra galių sistema, o ne, jo paties dominuojančiu supratimu, nesocialių, nepolitiškų tiesų sistema, grindžiama gamtos dėsniais ir todėl objektyvi, universali ir nekelianti abejonių. Pasakojimas demistifikuoja, meta iššūkį, įžeidžia, kelia skandalą ir sensaciją ir išreiškia mūsų populiariąją patirtį bei jų pažinimą, todėl lengvai patenka į populiariosios kultūros ir jos trumpalaikių malonumų grupę. Jis prašosi produktyvumo, provokuoja gandus ir ginčus, žaismą tarp tikėjimo ir netikėjimo, tarp sveiko proto ir skepticizmo, tarp oficialaus ir neoficialaus mokslo, tarp iš viršaus į apačią ir iš apačios į viršų nukreiptų galių. Jis yra destabilizuojantis, sensacingas ir pertekliškas, o jo malonumai skirti produktyviam kultūros veikėjui, o ne mulkiui ar vergui.

Aktualumo kūrimas

Populiarioji kultūra neturi pamokslauti. Kai kurių socialinio (socialistinio) realizmo formų bėda ta, kad jos stengiasi išspręsti industrinės visuomenės problemas arba pateikti „tikrąsias" jos įžvalgas. Kad ir kaip politiškai būtų teisinga, tuo paneigiamas populiariosios kultūros produktyvumas. Tos formos sumažina teksto produktyvumo elementus arba bent jau stengiasi juos riboti. Stengiamasi atlikti darbą už kultūros veikėją, nustatant aktualumą skaitytojo socialinei patirčiai. Vargu ar toks pamokslaujantis socialinis realizmas gali virsti populiariąja kultūra. Nenoriu teigti, kad jokios socialinio realizmo formos negali būti populiarios, bet klausimų kyla. Pavyzdžiui, „Dalasą" žiūri įvairiausios socialinės grupės visame Vakarų pasaulyje. Bent jau kai kuriais atvejais jį pasisavina stebėtinai skirtingos populiariosios kultūros: pasipriešinimo dvasia serialą perskaito ir (arba) inkorporuoja į savo kasdienį gyvenimą žmonės, kurių socialinė patirtis visai nepanaši į Juingsų[5]. „Dalaso" aktualumas pagrįstas anaiptol ne materialinėmis jame vaizduojamo pasaulio sąlygomis. Faktiškai daugeliui populiariųjų interpretatorių malonumą teikia šių materialinių sąlygų skirtingumas: jose įkūnijama dominuojanti ideologija, nuo kurios populiarioji patirtis skiriasi, bet yra tam tikru būdu susieta.

Didžiosios Britanijos televizija rodo serialus, pavyzdžiui, „Karūnavimo gatvė"[6] arba „Ist Endo žmonės"[7], kuriuose tiesiogiai vaizduojamos subordinuotųjų klasių (o „Ist Endo žmonėse" – ir rasių) socialinės sąlygos: toks vaizdavimas yra socialinio realizmo forma tiek, kiek skatina žiūrovus socialiai solidarizuotis su išnaudojamaisiais. Vis dėlto populiarūs jie yra tiek, kiek išvengia uždaro arba pamokslaujančio socialinio realizmo: jie neragina laikytis socialiai teisingų „partinės linijos" prasmių, o siūlo prieštaringus ir kontroversiškus vaizdus, leisdami juos produktyviai interpretuoti. Todėl Buckinghamas (1987), tirdamas „Ist Endo žmones" ir jaunesnio amžiaus šio serialo gerbėjus, padarė išvadą, kad nors serialas retkarčiais pasirodydavo didaktiškas ar pamokslaujantis tokiomis temomis kaip rasinė priklausomybė, apklaustieji mokyklinio amžiaus žiūrovai puikiai mokėjo tokio moralizavimo išvengti. Tačiau jie nevengė problemų: priešingai, jas išsamiai nagrinėjo, aktyviai diskutavo apie „personažų moralines dilemas, prisimindami praeities epizodus ir bandydami spėti, kaip įvykiai klostysis ateityje" (Buckingham 1987: p. 163).

---

[5] Multimilijonierių naftos magnatų šeima, pagrindiniai serialo herojai (*vert. past.*).

[6] Coronation Street.

[7] EastEnders.

Kitaip sakant, jų interpretacijos buvo daug produktyvesnės, negu leido pamokslaujantis tekstas. Tokie produktyvūs populiarieji tekstai provokuoja prasmių atgaminimą ir atsinaujinančią apyvartą gandų ir pokalbių pavidalu; atviri, bet aktualūs prieštaravimai verčia žiūrovus susieti juos su savo kasdieniu gyvenimu, skirtingų socialinių priklausomybių žiūrovams leidžia kurti skirtingas prasmes iš skirtingų jų atrastų sąlyčio taškų. Morley (1986) parodė, kokių malonumų gali suteikti socialinio vaizdavimo aktualumo atpažinimas, bet tai yra akivaizdžiai kitoks aktualumas negu, pavyzdžiui, tas, kurį patiria žiūrėdami „Dalasą" iš Rusijos atvykę žydai. Šiuo atveju veikia skirtingi malonumo kūrimo mechanizmai. Vieni suaktyvina neigiamą požiūrį į vaizdavimą, kurdami skirtingumo malonumus, o kiti suaktyvina palankesnius požiūrius į vaizduojamus elementus, kurdami panašumo malonumus: vaizduojamas aktualumas gali veikti ir pagal skirtumo, ir pagal panašumo ašis. Taigi Maroko žydai, interpretavę „Dalasą" kaip pavyzdį, kad pinigai neatnešė Juingsams laimės, pajuto šios prasmės malonumą, nes tai aktualiai patvirtino pojūtį, kad jų pasaulėžiūra skiriasi nuo vakarietiškojo materializmo. Atpažinimo malonumų patyrė Morley'aus (1986) tirti žemesniųjų sluoksnių Londono žiūrovai, stebėdami vaizduojamus „vietinius" personažus ir įvykius seriale „Tik kvailiai ir arkliai"[8]. Šiuo atžvilgiu jie buvo panašūs į D'Acci (1988) tirtus „Kegni ir Leisi" gerbėjus.

Abi vaizdavimo aktualumo rūšys leidžia perskaityti populiariuoju rezistentiniu būdu. Tikėtina, kad skirtumų aktualumas gali pasiekti platesnę populiariųjų skaitytojų grupuočių auditoriją negu panašumų aktualumas. Todėl „Dalasas" gali būti populiaresnis tarp platesnių nacionalinių ir socialinių grupuočių negu „Tik kvailiai ir arkliai" arba „Kegni ir Leisi". Tačiau platesnį, bet ne didesnį „Dalaso" populiarumą gali lemti ir tai, kad jis savo žiūrovams siūlo prisidėti prie dominuojančių galių ne populiariojo interpretavimo būdu: šis serialas gali patraukti daugiau su hegemonija susitaikiusių interpretatorių negu „Tik kvailiai ir arkliai" arba „Kegni ir Leisi". šiuo metu turimomis žiniomis negalima išspręsti šios dilemos. Efektyvumas arba, kitaip sakant, hegemoniškas „Dalaso" veržlumas priklauso nuo jo žiūrovų socialinės ištikimybės ir nuo to, ar jie savo aktualumo rūšis kuria panašumo (jame vaizduojamo pasaulio ir savų vertybių), ar skirtingumo (jame vaizduojamo pasaulio ir jų patirties) ašyse. Reikšmingesnis gali būti skirtingumo aktualumais. Mokslinės fantastikos ir istorinių romanų populiarumo negalima paaiškinti juose pavaizduotų socialių materialių detalių ar kasdienio gyvenimo sąlygų aktualumo lygiu. Galbūt dalis menkai išsivysčiusio pasaulio gyventojų perskaito „Dalasą" kaip politiškai angažuotą mokslinę fantastiką, futuristinę distopiją, kuri įspėja, kokie pavojai slypi žengiant jiems siūlomos vakarietiškos raidos keliu. Remdamiesi dabartiniu populiariosios kultūros supratimu galime tiktai spėlioti, kaip yra iš tikrųjų.

[8] Only fools and horses.

Yra ir kitų aktualumo rūšių, kurios egzistuoja ne vaizdavimo, o greičiau diskurso lygmeniu. Antraštė KONTRŲVER$IJA, taip pat kaip pasaka apie Mėnulyje nutūpusį bombonešį, jokiu būdu neatspindi populiariosios socialinės patirties. Tai yra populiarūs diskursai ne todėl, kad siūlo pasaulio vaizdą, o todėl, kad supina prieštaringas diskursyvias orientavimosi tame pasaulyje kryptis. Jų aktualumą kuria ryšiai tarp interpretavimo įgūdžių, leidžiančių pajusti ir suprasti teikiamą malonumą, ir socialinės patirties, naudojamos kasdienio gyvenimo malonumų pojūčiams ir supratimui. Malonumo išgirsti moterį sakant „Jokiu būdu, Chose!" tuoj po vyriškio ištarto „Taip, šeimininke" negalima supaprastinti iki konfliktų miegamajame atpasakojimo. Tai dvi diskursyvios elgsenos, prieštaringu ir vienareikšmiškai neišsprendžiamu būdu susipynusios vienoje poroje, o tie prieštaravimai yra aktualūs ištisai aibei kontekstų, kuriuos kiekviena pora išgyvena ir ginčija patriarchalinių galių teritorijoje. Taip atkuriama lyčių politikos teritorija, kurioje susiduria patriarchalinė strategija ir feministinė taktika, bet jokiu būdu ne „vaizduojama" konkreti situacija. Toks diskurso strategijos ir taktikos aktualumas naudojamas prasmėms kurti, o ne socialinės patirties elementams, iš kurių tos prasmės buvo sudaromos, atpažinti.

Aktualumas yra kompleksiškas populiariosios diskriminacijos kriterijus: vaizdavimo lygiu jis veikia pagal panašumo ir skirtingumo ašis. Tačiau šiuo lygiu jis neapsiriboja: išties atrodo, kad diskursyvus aktualumas populiariojoje kultūroje yra produktyvesnis negu vaizdavimo aktualumas, nes produktyviuose tekstuose jis yra svarbiausias elementas. Vaizdavimo aktualumas lengviau pritaikomas prie skaitomų, neproduktyvių tekstų – o jie greičiausiai nebus taip plačiai pasirenkami kaip populiariosios kultūros žaliaviniai ištekliai. Maža tikimybė, kad vaizdavimo aktualumas neproduktyviame tekste sukurs populiariąją kultūrą.

Pažangūs ir radikalūs veikėjai dažnai siekia kištis į masinės kultūros gamybą, kad padaugintų jų siūlomų pasaulio vaizdavimų įvairovę, kad paįvairintų teikiamų garsų ir vaizdų gausą ir taip išryškintų jos vidinę konkurenciją ir prieštaravimus. Toks išteklių, iš kurių kuriama populiarioji kultūra, pagausinimas, praturtinimas ir varijavimas potencialiai gali būti teigiama socialinių pokyčių jėga, tačiau tą potencialą galima realizuoti tik teisingai supratus populiariosios kultūros kūrimo produktyvumą ir diskriminaciją. Masinės komunikacijos priemonės nepristato gatavos populiariosios kultūros taip, kaip paštininkas pristato paštą. Laikydami masinę komunikaciją kultūrinių prekių tiekėja, o žmones – tų prekių vartotojais, prieisime prie klaidingos išvados, kad keisdami prekių asortimentą pakeisime populiariąją kultūrą, kuri savo ruožtu pakeis socialinę tvarką. Viskas nėra taip paprasta nei kultūroje, nei politikoje.

Tie iš mūsų, kurie norėtų pakeisti komunikacijos priemones arba skatinti alternatyviųjų atsiradimą, per daug pasiduoda pagundai keisti vaizdavimo lygmenį ir nekreipti dėmesio į populiariojo diskriminavimo, aktualumo ir produktyvumo

vaidmenį. Pažangūs veikėjai nepaskleis savo idėjų, jei pradės gaminti naujas kultūrines prekes, praplečiančias pasaulio vaizdinius, bet įvairios žmonių grupuotės diskriminacijos būdu jas atmes, nes tos prekės nesugebės patenkinti populiariosios kultūros reikalavimų. Jei atsižvelgiama į aktualumą, pernelyg dažnai jis apsiriboja panašumo vaizdavimo ašimi, ypač ignoruojama diskursyvioji aktualumo ašis bei didesnis jos produktyviųjų malonumų potencialas. Pažangieji ir radikalieji kultūros teoretikai per daug lengvai ignoruoja linksmybės, karnaviškumo svarbą ir gamina rimtus puritoniškus tekstus. Jų noras skatinti konkrečias socialinės patirties prasmes (nesvarbu, kokį pasipriešinimo ir progresyvumo užtaisą jos turėtų) labai lengvai gali baigtis uždarų ir neproduktyvių tekstų kūrimu. Produktyvūs tekstai yra rizikingi, nes jų prasmės nekontroliuojamos – vis dėlto kultūros gamyba neišvengiamai yra rizikingas verslas. Tekstų gamintojai negali valdyti nei populiariosios diskriminacijos, nei populiariojo produktyvumo. Populiarioji kultūra lengvai nepriima centralizuotos kontrolės, kad ir kokia geranoriška ji būtų. Leidžiant pertekliškumą visados rizikuojama, nes taip prasmės lieka nekontroliuojamos: karnaviliški pervertimai aukštyn kojomis ir vengimai lygiai tiek pat pažeidžia kairiųjų jėgų galias kaip ir dešiniųjų, tačiau kartais verta rizikuoti, jei norime, kad progresyvumas būtų populiarus.

Populiarioji kultūra ir socialinės permainos

Radikalieji teoretikai nuolat žemino ir niekino populiariąsias jėgas. Aš norėčiau atitaisyti žalą – visų pirma siūlydamas pripažinti, kad mes galime tiek pat, jei ne daugiau, sužinoti apie pasipriešinimą dominuojančiai ideologijai tyrinėdami populiariąją kasdienę taktiką, kiek ir teoriškai tyrinėdami ir analizuodami strateginius galių mechanizmus. Antra vertus, manyčiau, kad populiarieji socialinių permainų motyvai gerokai skiriasi nuo teorinių ir radikaliųjų, kad atsisakymas tą skirtumą pripažinti baigėsi tuo, kad radikalieji teoretikai ir politikai nebeįstengia mobilizuoti populiariųjų galių bei energijos, socialinėms permainoms spartinti. Drauge buvo menkinami socialiniai pokyčiai ir pažanga, kurių pasiekė populiariosios jėgos veikdamos prieš ir viduje sistemos, dominuojančios jų socialinėje patirtyje.

Toliau pateikiami du visiškai skirtingi ir, galimas daiktas, vienas kitą neigiantys socialinių permainų modeliai. Galime juos pavadinti radikaliuoju ir populiariuoju. Radikalioji socialinė permaina, kuri baigiasi esminiu galių perskirstymu visuomenėje, dažnai apibūdinama kaip revoliucija (ginkluotu būdu ar kaip kitaip) ir įvyksta palyginti retais istorinės krizės momentais. Antra vertus, populiariosios permainos –

nuolat vykstantis procesas, siekiantis išlaikyti arba padidinti iš apačios į viršų kylančias žmonių galias sistemoje. Jo rezultatas – ypač nepakenčiamo galios naudojimo švelninimas, maži laimėjimai silpnųjų naudai, jų savigarbos ir tapatybės išsaugojimas. Tai pažangu, bet ne radikalu.

Klystame tikėdamiesi, kad populiarioji kultūra bus radikali (ir ją už tai kritikuodami). Radikalieji politiniai sąjūdžiai nei kyla, nei veikia vaizdavimo arba simbolinių sistemų lygmeniu. Tačiau tai nereiškia, kad dėl istorinių sąlygų kilus radikaliai krizei masinės komunikacijos priemonės ir populiarioji kultūra negali aktyviai veikti galimos radikalios permainos naudai: tai viso labo reiškia, kad vien tiktai simbolinės ar kultūrinės sistemos negali sukurti tokių istorinių sąlygų. Nors šiandien Vakarų visuomenės susiduria su aštriomis problemomis (ekonominėmis, aplinkosaugos, socialinėmis), maža tėra požymių, kad dėl jų kils istorinė krizė, kuri nuvers patriarchalinį kapitalizmą. Tokiomis sąlygomis populiarioji kultūra negali būti radikali. Daugiausia, ko galime tikėtis, – kad ji bus pažangi.

Tarp Laclau išskirtų opozicinio populizmo rūšių populiarumas atitinka progresyviąją populiariąją kultūrą, o populizmas – radikalizmą, nors politikos srityje kol kas turime mažai populiariojo kairumo apraiškų. Thatcher ir Reagano retorika persunkta dešiniojo populiarumo (tinkamo sunkiomis, bet ne krizinėmis mūsų dienų sąlygomis, tačiau Hitlerio arba Musolinio retorika atrodytų absurdiškai ne vietoje visiems, išskyrus kraštutinius dešiniuosius). Kairiosioms jėgoms trūksta populiariosios retorikos: jos turi daugybę istorinių populistinės radikalios retorikos pavyzdžių, kurie gal ir tiko tam tikrais istoriniais momentais, bet nebetinka šiuolaikinėms Vakarų visuomenėms.

Todėl populiariosios kultūros teoretikams tenka spręsti dviejų rūšių problemas. Pirmoji – tai sukurti būdus, kuriais būtų įmanu ištirti, ar galima populiariosios kultūros formas vertinti pagal jų pažangumo matą, o jei galima, tai kaip šį skirtingą pažangumą išskirti konkrečiuose tekstuose ir jų interpretacijose. Antroji problema – tai poreikis pergalvoti pasipriešinimo prigimtį, skirtumą tarp vidinės rezistencijos (nesvarbu – vengiančiosios ar produktyviosios) ir organizuoto pasipriešinimo socialiniu politiniu lygmeniu, kuris pats savaime apima ir mikro-, ir makropolitinius lygius kartu su jų vis dar menkai ištirtais tarpusavio santykiais.

Populiariosios kultūros pažangumo negalime įvertinti dabartinio mūsų supratimo lygiu ir vargu ar tai galėsime padaryti ateityje. Šioje knygoje aš stengiausi apžvelgti kai kuriuos bruožus, kurie leidžia naudotis tam tikrais tekstais tam tikrose žmonių kultūrose. Šie bruožai dar negarantuoja, kad tekstas bus panaudotas, tačiau jų nebuvimas sumažina teksto panaudojimo ir lankstumo tikimybę. Teksto analizė gali padėti nustatyti jo populiarumo potencialą, tačiau galima tik spėlioti, ar šis potencialas bus sužadintas ir kaip. Spėliones galima sieti su tam tikru teoriškai pagrįstu griežtumu, nes jas būtina sudėlioti į atitinkamas tekstualumo bei socialines teorijas, tačiau jos niekada neperžengs iliustratyvumo ribų,

niekada nebus išsamios, nes visada atsiras koks nors netikėtas ir nenumatytas praktinis ar konceptualus teksto panaudojimo atvejų. Taip pat neįmanoma nuspėti, kuris iš jų bus pažangesnis negu koks kitas. Nors analitikas ir sugebės pozicionuoti savo spėjamas potencialias teksto interpretacijas pagal dominuojančiai ideologijai tinkamas reikšmes, apytiksliai išmatuodamas jų ideologinius skirtumus, taip jokiu būdu nebus nustatytas teksto progresyvumo potencialas – nors būtent to reikėtų siekti.

Konkrečių teksto panaudojimo atvejų etnografinė analizė gali padėti suprasti, kokiomis sąlygomis ir kokiais būdais galima aktualizuoti progresyvųjį jo potencialą. Tačiau taip visada analizuojamas jau įvykęs kultūrinis procesas: tad tokio tyrimo numatymo vertė ribota arba iš viso niekinė.

Pavyzdžiui, D'Acci (1988) pademonstravo, kaip kai kurių „Kegni ir Leisi" gerbėjų iš serialo pasisemtas įgalinimas padėjo joms pakeisti savo socialinį gyvenimą. Analogiškai Radway įrodė, kad dalis meilės romanų gerbėjų pastebėjo, jog nuo skaitymo jų savigarba išaugo tiek, kad jos sugebėjo stipriau priešintis savo vyrų reikalavimams ir išsikovoti didesnes galių erdves patriarchalinėje šeimos struktūroje. Seiter ir kt. (1989) įrodė, kad muilo operoje pavaizduota ištekėjusios moters meilės intriga konkrečiu atveju gali perspėti vyrą, kad jis turi keisti elgesį su žmona. Tokie pavieniai mikropolitinio populiariųjų tekstų naudos pavyzdžiai leistų mums daryti prielaidą, kad kai kurios Madonnos gerbėjos, paskatintos pavyzdžio, pareikalaus, kad berniukai imtų pagarbiau elgtis, tačiau mes negalime pranašauti nei kurios gerbėjos taip pasielgs, nei kokia forma tie reikalavimai bus pateikti. Madonnos tekstų ir jos gerbėjų etnografiniai tyrimai, remiantis sociotekstine teorija, gali būti sujungti su kitų panašių populiariųjų tekstų, turinčių lyčių politikos potencialą (pavyzdžiui, meilės romanų, muilo operų, „Kegni ir Leisi"), tyrimais, kad galėtume numatyti, jog kai kurios Madonnos gerbėjos iš tiesų socialiai progresyviai pasinaudos jos tekstais.

Mikropolitikos ir makropolitikos sąryšiai yra įvairūs ir išsklaidyti. Labiausiai mikropolitiškas yra vidinių fantazijų pasaulis (žr. „Reading the Popular" 5b skyrių). Fantazijos, kaip ideologinei kolonizacijai nepasiekiamos vidinės erdvės, išsaugojimas ir sugebėjimas įsivaizduoti save neįprastai elgiantis skirtingomis situacijomis, pats savaime gal ir neskatina socialinių veiksmų nei mikro-, nei makropolitikos lygiu, tačiau sudaro tam pagrindą. Labai sunku įsivaizduoti judėjimą už socialines permainas, kuris nepriklausytų nuo žmonių gebėjimo galvoti apie save ir savo socialinius santykius ne taip, kaip jiems perša dominuojanti ideologija.

Tokios vidinės, privačios rezistencijos progresyvus potencialas gali padidėti, jeigu jai bus suteiktas socialinis matmuo – jeigu pasitelkęs formalius ar neformalius santykius socialinis veikėjas ras galimybę susisiekti su kitais ir pasidalyti savo vidinės rezistencijos patirtimi. Viena iš teoretiko kritiko funkcijų galėtų būti pagalba socializuojant vidinę būseną – rengiant žodyną, ar teorinę struktūrą,

padedančią apibendrinti asmeniškumus ir juos perkelti į išorę, arba kuriant socialines organizacijas, kurios suvienytų feministinio sąmoningumo kėlimo grupes.

Tokių mikropolitinio lygmens pokyčių potencialo nereikia nuvertinti. Gerbėja, įgalinta Madonnos pakeisti savo santykius su vaikinais, šias galias gali perkelti ir į šeimą, mokyklą ar darbo vietą. Tai gal padės jai keisti elgseną gatvėje ar parduotuvėje taip, kad žmonės atkreiptų į ją dėmesį; kovoti dėl deramos moteriai erdvės gatvėje; laužyti sėdėjimo namuose ir judėjimo laisvės patriarchalines taisykles; keisti ir silpninti vyriškus vujerizmo malonumus ir teises į juos.

Toks socialinis pokytis, radikaliai neatakuojantis sistemos makropolitiniu lygmeniu, vis dėlto gali būti pažangus – o tai daugiausia, ką galima pasiūlyti pavaldiesiems jų kasdieniame gyvenime. Neturėtume laukti, kad Madonnos progresyvumas santykių tarp lyčių klausimu inicijuos radikalių feministiškų veiksmų grupuotes, tačiau lygiai taip pat negalėtume jos radikalumo trūkumą atmesti kaip reakcingą lyčių politikos atžvilgiu. Radikaliosios feministės, kurias įžeidžia Madonnos naudojama patriarchališka ikonografija, vertybės ir malonumai, gali neįvertinti ar netgi paneigti progresyvias vartosenas, kurioms ji tiktų. Taip kiekvienoje politikos srityje radikalioji teorija dažnai gali susikirsti su progresyviąja praktika.

Iš tiesų norėčiau žengti dar toliau. Turime nedaug istorinių įrodymų, kad radikalusis menas bet kuria forma buvo politiškai ar socialiai pastebimas ir veiksmingas. Taip sakydamas aš nesiekiu marginalizuoti radikaliojo ar avangardinio meno labiau, negu jis pats save marginalizavo, tik noriu suabejoti teiginiu, kad radikalusis menas politiškai yra veiksmingesnis, negu progresyviai naudojamas populiarusis menas. Barthes'as (1973) nurodo politinį avangardo ribotumą teigdamas, kad avangardas meta iššūkį buržuazijai tik estetikos ir etikos srityse, bet jokiu būdu nekelia grėsmės jos ekonominei ar politinei galiai. Bet koks jo efektas pasireiškia tik marginaliais pačios buržuazijos poslinkiais. Faktiškai turime daugiau įrodymų, kad populiarusis menas progresyviai yra daug veiksmingesnis mikrolygmeniu, negu radikalusis – makrolygmeniu.

Todėl nors esu atsargus kokį nors politinį efektą taikydamas vaizdavimo sistemai, vis dėlto noriu pripažinti, kad visi vaizdiniai privalo apimti politiką, o politika turi būti ir makro-, ir mikrolygmens. Dauguma populiariosios kultūros teoretikų teigia, kad makropolitiniu lygmeniu jos poveikis reakcingas, kad jos padrika ilgalaikė politika įtvirtina dominuojančių klasių ir socialinių grupių interesus. Tokios teorijos gali įtikinti tik tuo atveju, jeigu jos aprašo hegemoniškąjį brovimąsi, o ne ideologines pasekmes.

Bet mikrolygmeniu padėtis yra visai kitokia. Daugybė tyrinėtojų parodė, kad įgalinimo pojūtis, kuris tam tikromis progomis kyla iš populiariosios kultūros veikimo, gali paskatinti arba paremti pažangius socialinius veiksmus mikropolitikos lygmeniu (pvz., žr. D'Acci 1988; Radway 1984; Seiter ir kt. 1989). Populiariosios kultūros makrolygmens politika gali būti prieštaringa mikrolygmens politikai.

Jei tai tiesa, naujausi kasdienio gyvenimo politikos ir kultūros tyrimai turėtų atskleisti, kad bet koks reakcingas makrolygmens efektyvumas yra bejėgis užkirsti kelią jo apvertimui aukštyn kojom mikrolygmeniu.

Lieka neaišku, kiek socialinė sistema leidžia arba riboja tokį progresyvumą, o ginčo esme tampa inkorporacijos problema. Viena vertus, galima teigti, kad progresyvioji veikla yra panacėja, kurią sistema toleruoja, kad išlaikytų valdinius patenkintus. Ji leidžia sistemai išlikti lanksčiai ir įtraukti opoziciją, tokia progresyvi veikla faktiškai stiprina tai, kam oponuoja, ir atitolina radikalias permainas, kurios vienintelės gali iš esmės pagerinti valdomųjų socialines sąlygas. Tokį teiginį laikė neginčytinu daugelis netolimos praeities radikalių teorijų. Jis vis dar nėra nuginčytas, ir į jį reikia rimtai atsižvelgti. Problema ta, kad šis teiginys gali labai lengvai virsti pesimistiniu redukcionizmu, kai bet kurie populiariosios pažangos arba malonumo pasireiškimai suvokiami kaip inkorporavimo požymiai, o galių blokas – kaip totalitarus, kuriam pasipriešinti įmanoma tik tiesioginiais radikaliais arba revoliuciniais veiksmais. Ironiška, kad toks marksistinis argumentas neatsižvelgia į istorines sąlygas, todėl šį procesą suabsoliutina. Vienomis sąlygomis inkorporacija gali būti palyginti efektyvi, tačiau kitomis – anaiptol. Ir vėl teorijos dėmesį tenka perkelti nuo struktūrinių procesų prie socialiai lokalizuotos praktikos.

Teoriškai ypatingas inkorporacijos išskyrimas gali būti pagrįstas, tačiau politiškai jis yra nevaisingas, nes dabartinės ir artimiausiu metu numatomos kapitalistinių visuomenių sąlygos neteikia vilčių mobilizuoti populiariąją paramą, būtiną radikalioms socialinėms permainoms. Tiesą sakant, kaip jau įrodinėjau anksčiau, tai kelia grėsmę, kad užuot sutelktos įvairios žmonių grupuotės bus atstumtos.

Galima prieštarauti, kad tai, ką vadiname „inkorporacija“, geriau būtų aiškinti kaip gynybinę strategiją, kurios imtis galinguosius privertė partizaniški silpnųjų išpuoliai. Inkorporacija visuomet numato tam tikrų plotų užleidimą, tam tikros erdvės atsisakymą – o toks nuolatinis erozijos procesas gali visai tikėtinai sukelti sistemos pokyčius, kurie leistų labai pagerinti valdomųjų padėtį. Galių ir išteklių perskirstymas sistemoje gal nebus radikalus, tačiau taip įmanoma pakeisti galių panaudojimo būdus ir pačią galių prigimtį. Per šį šimtmetį nuolat gerėjo, tegu ir nenuosekliai, ekonominės, socialinės ir pramoninės darbininkų („mėlynųjų apykaklių“) sąlygos. Kitos pavaldžiosios grupės taip pat padidino savo įtaką visuomenėje tiek makro-, tiek mikrolygmeniu.

Žinoma, mūsų dar laukia tolimas kelias, tačiau būtų neproduktyvu juodinti ar netgi neigti kasdienes kovas sistemos viduje ir nukreiptas prieš ją, o vietoje jų siūlyti radikalų pačios sistemos puolimą. Kuklesni ir artimesni pažangos tikslai gali būti ir praktiškesni, ir populiaresni negu didžiuliai ir tolimi radikalumo siekiai. Du socialinių permainų modeliai neturėtų konfrontuoti, nes radikaliosios teorijos, nesugebančios užsitikrinti populiaraus dalyvavimo, yra pasmerktos žlugti, o populiarusis pažangumas bus lygiai taip pat neveiksmingas, jei nesugebės užmegzti

ryšių su radikaliaisiais sąjūdžiais istorinių krizių ar aštraus politinio antagonizmo laikotarpiais. Mikropolitika, kuri priešinasi kasdienio gyvenimo smulkmenoms, palaiko derlingą dirvą makropolitikos sėkloms, o šios niekada nesudygtų, jeigu tos dirvos nebūtų.

Šioje ir papildomoje knygoje apie interpretacijas, mėginau pateikti populiariąją kultūrą taip, kad ji atrodytų ir pozityvi, ir optimistinė. Tai prieštarauja kai kurioms ortodoksalioms mokslinėms ir politinėms tiesoms, bet jei tuo būdu padėsiu permąstyti populiariąsias jėgas kaip nevaržomus socialinius išteklius, kurie gali užvesti (o savitu būdu jau ir užveda) socialinių permainų variklį, tai bet kokie mano sukelti prieštaravimai pasiteisins. Naujas žinojimas nėra evoliucinis patobulinimas to, kas buvo anksčiau: naujas žinojimas greičiau sukelia senojo, įsigaliojusio žinojimo pasipriešinimą, mesdamas iššūkį jo sampratoms – bet tik tokiuose susidūrimuose galima rasti naujų įžvalgų. Todėl aš ir noriu susiremti su įvairove požiūrių, kurių kiekvienas savitu būdu populiarumą laiko neigiamu socialiniu reiškiniu: galutinai viską permąstęs įsitikinau, kad populiariosios jėgos teigiamai veikia mūsų visuomenę – ir kad tinkamai neįvertinus jų progresyviųjų elementų, bus padaryta žala tiek mokslui, tiek politikai. Tikiuosi, kad dalį skaitytojų įtikinau žengti bent dalį kelio su manimi kartu.

Literatūra

Allen, R. (1977). *Vaudeville et film, 1895–1915: A Study in Media Interaction*. Nepublikuota disertacija, University of Iowa.

Allen, R. (1985). *Speaking of Soap Operas*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Allen, R. (ed.) (1987a). *Channels of Discourse: Television and Contemporary Criticism*. Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Allen, R. (1987b). *The Origin of the Leg Show: Transgression and Sexual Spectacle in Nineteen-Century Burlesque*. Nepublikuotas rankraštis, University of North Carolina Press.

Althuser, L. (1971). „Ideology and Ideological State Apparatuses", kn.: *Lenin and Philosophy and Other Essays* (p. 127-186). New York: Monthly Review Press.

Altman, R. (1986). „Television sound", kn.: T. Modleski (red.) *Studies in Entertainment: Critical Approaces to Mass Culture* (p. 39-54) Bloomington: Indiana University Press.

Ang, I. (1985). *Watching Dallas*. London: Methuen.

Archer, R. and Simmonds, D. (1986). *A Star is torn*. New York: E. P. Dutton.

Bacon-Smith, C. (1988). *Acquisition and Transformation of Popular Culture: International Video Circuit and the Fanzine Community*. Pranešimas metinėje Tarptautinės komunikacijos asociacijos (International Communication Association) konferencijoje, Nju Orleanas, gegužė.

Bakhtin, M. (1968). *Rabelais and His World*. Cambridge: Massachusetts Institute of Technology Press.

Bakhtin, M. (1981). *The Dialogic Imagination*. Austin: University of Texas Press.

Barthes, R. (1973). *Mythologies*. London: Palladin.

Barthes, R. (1975a). *S/Z*. London: Cape.

Barthes, R. (1975b). *The Pleasure of the Text*. New York: Hill & Wang.

Barthes, R. (1981). „Theory of the Text", kn.: R. Young (ed.) *Untying the Text*. London: R.K.P.

Bennet, T. (1983a). „A Thousand and One Pleasures: Blackpool Pleasure Beach", kn.: Formations (ed.) *Formations of Pleasure* (p. 138-145). London: Routledge & Kegan Paul.

Bennet, T. (1983b). „Marxist Cultural Politics: In Search of 'The Popular' ", *Australian Journal of Cultural Studies* 1 (2), 2-28.

Bennet, T. (1986). „Hegemony, Ideology, Pleasure: Blackpool", kn.: T. Bennet, C. Mercer, and J. Woollacott (eds.). *Popular Culture and Social Relations* (p. 135–154). Philadelphia: Open University Press.

Bennet, T., Boyd-Bowman, S., Mercer, C., and Woollacott, J (eds.) (1981). *Popular Television and Film.* London: British Film Institute/Open University.

Bennet, T., Mercer, C., and Woollacott, J (eds.) (1986). *Popular Culture and Social Relations.* Philadelphia: Open University Press.

Bourdieu, P. (1984). *Distinction: A Social Critique of the Judgement of Taste* (R. Nice, vert.). Cambridge, MA: Harvard University Press.

Buckingham, D. (1987). *Public Secrets: EastEnders and its Audience.* London: British Film Institute.

Chambers, I. (1986). *Popular Culture: The Metropolitan Experience.* London: Methuen.

Cohen, S., and Taylor, L. (1976). *Escape Attempts: The Theory and Practice of Resistance to Everyday Life.* London: Allen Lane.

Consumer Guide (ed.). (1982). *How to Win at Video Games.* Cheltenham: Bulger.

Cunningham, H. (1982). „Class and Leisure in Mid-Victorian England", kn.: B. Waites, T. Bennet, and G. Martin (eds.). *Popular Culture: Past and Present* (p. 66-91). London: Croom Helm/Open University Press.

D'Acci, J. (1988). *Women, "Woman" and Television: The Case of Cagney and Lacey.* Nepublikuota disertacija, University of Wisconsin-Madison.

Darnton, R. (1985). *The Great Cat Massacre and Other Episodes in French Cultural History.* New York: Vintage.

Davies, J. (1984). *The Television Audience Revisited*: Pranešimas Australijos ekrano tyrimų asociacijos (Australian Screen Studies Association) konferencijoje, Brisbeinas, gruodis.

de Certeau, M. (1984). *The Practice of Everyday Life.* Berkeley: University of California Press.

Douglas, M. (1966). *Purity and Danger.* London: Routledge & Kegan Paul.

Dyer, R. (1986). *Heavenly Bodies: Film Stars and Society.* New York: St. Martin's.

Eagleton, T. (1981). *Walter Benjamin: Towards a Revolutionary Criticism.* London: Verso.

Eco, U. (1986). *Travels in Hyperreality.* London: Picador.

Fiske, J. (1987a). „British Cultural Studies", kn.: R. Allen (ed.). *Channels of Discourse: Television and Contemporary Criticism*) (p. 254–289). Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Fiske, J. (1987b). *Television Culture.* London: Methuen.

Fiske, J. (1989). *Reading the Popular.* Boston: Unwin Hyman.

Fiske, J., Hodge, R., and Turner, G. (1987). *Myths of Oz: Readings in Australian Popular Culture.* Boston: Unwin Hyman.

Flitterman, S. (1985). „Thighs and Whiskers: The Fascination of *Magnum P.I*". *Screen* 26 (2), p. 42–58.

Foucault, M. (1978). *The History of Sexuality.* Harmondsworth: Penguin.

Gans, H. (1962). *The Urban Villagers: Group and Classin the Life of Italian-Americans.* New York: Free Press.

Gibian, P. (1981). „The Art of Being Off Center: Shopping Center Spaces and Spectacles". *Tabloid* 5, p. 44–64.

Greenfield, P. (1984). *Mind and Media.* London: Fontana.

Grossberg, L. (1984). „Another Boring Day in Paradise: Rock and Roll and the Empowerment of Everyday Life". *Popular Music* 4, p. 225–257.

Hall, S. (1980a). „Encoding/Decoding", kn.: S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, and P. Willis (eds.) *Culture, Media, Language* (p. 128–139).London: Hutchinson.

Hall, S. (1980b). „Thatcherism: A New Stage?" *Marxism Today* 24 (2).

Hall, S. (1981). „Notes on Deconstucting 'The Popular'", kn.: R. Samuel (ed.) *People's History and Socialist Theory* (p. 227–240). London: Routledge & Kegan Paul.

Hall, S. (1982). „A Long Haul", *Marxism Today* 25 (11).

Hall, S. (1983). „Whistling in the Void", *New Socialist* 11.

Hall, S. (1983). „On Postmodernism and Articulation: An Interview with Stuart Hall" (edited by L. Grossberg). *Journal of Communication Inquiry* 10 (2), p. 45–60.

Hall, S., Hobson, D., Lowe, A., and Willis, P. (eds.) (1980). *Culture, Media, Language.* London: Hutchinson.

Hebdige, D. (1979). *Subculture: The Meaning of Style.* London: Methuen.

Hobson, D. (1980). „Housewives and the Mass Media", kn.: S. Hall, D. Hobson, A. Lowe, and P. Willis (eds). *Culture, Media, Language* (p. 105–114) London: Hutchinson.

Hobson, D. (1982). *Crossroads: the Drama of Soap Opera.* London: Methuen.

Hodge, R. and Tripp, D. (1986). *Children and Television.* Cambridge: Polity.

Jameson, F. (1984). „Postmodernism, or the Cultural Logic of Late Capitalism". *New Left Review* 146(July/August), p. 53–92.

Jenkins, H. (1988a). „Going Bonkers!: Children, Play and Pee Wee". *Camera Obscura* 18.

Jenkins, H. (1988b). „*Star Trek* Return, Reread, Rewritten: Fan Writing as Textual Poaching". *Critical Studies in Mass Communication* 5 (2), p. 85–107.

Katz, E., and Liebes, T. (1984). „Once upon a Time in Dallas". *Intermedia* 12 (3), p. 28–32.

Katz, E., and Liebes, T. (1985). „Mutual Aid in the decoding of *Dallas*: Preliminary notes from a Cross-Cultural Study", kn.: P. Drummond and R. Patterson (eds.). *Television in Transition* (p. 187–198). London: British Film Institute.

Katz, E., and Liebes, T. (1987). *On the Critical Ability of Television Viewers.* Pranešimas seminare „*Rethinking the Audience*" (Naujos mintys apie auditoriją), Tiubingeno universitetas, vasaris.

Katz, J. (1988). *Moral and Sensual Attractions for Doing Evil.* New York: Basic Books.

Kottak, P. (ed.) (1982). *Researching American Culture.* Ann Arbor: University of Michigan Press.

Laclau, E. (1977). *Politics and Ideology in Marxist Theory.* London: New Left.

Lakoff, G., and Johnson, M. (1980). *Metaphors We Live By.* Chicago: University of Chicago Press.

Lefebvre, H. (1971). *Everyday Life in the Modern World.* London: Harper & Row.

Lewis, J. (1985). „Decoding Television News", kn.: P. Drummond and R. Patterson (eds.). *Television in Transition* (p. 205–234). London: British Film Institute.

Malcolmson, R. (1982). „Popular Recreations under Attack", kn.: B. Waites, T. Bennet, and G. Martin (eds.). *Popular Culture: Past and Present* (p. 75–82). Ann Arbor: University of Michigan Press.

McKinley, R. (1982). „Culture Meets Nature on the Six O'Clock News: An Example of American Cosmology", kn.: P. Kottak (ed.). *Researching American Culture* (p. 75–82). Ann Arbor: University of Michigan Press.

Mercer, C. (1983). „A Poverty of Desire: Pleasure and Popular Politics", kn.: Formations (ed.). *Formations of Pleasure* (p. 84–100). London: Routledge & Kegan Paul.

Mercer, C. (1986). „Complicit Pleasures", kn.: T. Bennet, C. Mercer, and J. Wollacott (eds.). *Popular Culture and Social Relationships* (p. 50–68). Philadelphia: Open University Press.

Meyrowitz, J. (1985). *No Sense of Place: The Impact of Electronic Media on Social Behavior.* New York: Oxford University Press.

Michaels, E. (1986). *Aboriginal Continent.* Pranešimas Australijos ekrano tyrimų asociacijos (Australian Screen Studies Association) konferencijoje, Sidnėjus, gruodis.

Morley, D. (1986). *Family Television.* London: Comedia.

Morse, M. (1983). „Sport on Television: Replay and Display", kn.: E. A. Kaplan (ed.). *Regarding Television* (p. 44–66). Los Angeles: American Film Institute/University Publications of America.

Mulvey, L. (1975). „Visual Pleasure and Narrative Cinema", *Screen* 16 (3), p. 6–18.

Palmer, P. (1986). *The Lively Audience: A Study of Children Around the TV Set.* Sydney: Allen & Unwin.

Pressdee, M. (1986). „Agony or Ecstasy: Broken Transitions and the New Social State of Working-Class Youth in Australia", Occasional Papers, S. Australian Centre for Youth Studies, S. A. College of A. E., Magill, S. Australia.

Radway, J. (1984). *Reading the Romance: Feminism and the Representation of Women in Popular Culture.* Chapel Hill: University of North Carolina Press.

Rogge, J. U. (1987). *The Media in Everyday Family Life: Some Biographical and Typographical Aspects.* Paper presented at the seminar *Rethinking the Audience*, University of Tubingen, February.

Samuel, E. (ed.) (1981). *People's History and Socialist Theory.* London Routledge & Kegan Paul.

Seal, G. (1986). *Play.* Paper delivered to the Gender and Television Group, Perth, W. Australia.

Seiter, E., Kreutzner, G., Warth, E. M., and Borchers, H. (1989). „'Don't Treat Us Like We're So Stupid and Naive': Towards an Etnography of Soap Opera Viewers", kn.: E. Seiter, G. Kreutzner, E. M. Warth, and H. Borchers (eds.). *Remote Control: Television and its Audiences.* London: Routledge.

Smythe, D. (1977). „Communications: Blindspot of Western Marxism". *Canadian Journal of Political and Social Theory* 1 (3), p. 1–27.

Stallybrass, P., and White, A. (1986). *The Politics and Poetics of Transgression*. Ithaca, NY: Cornell University Press.

Stamm, R. (1982). „On the Carnivalesque". *Wedge*. 1, p. 47–55.

Stedman-Jones, G. (1982). „Working-Class Culture and Working-Class Politics in London, 1870-1900: Notes on the Remaking of a Working Class", kn.: B. Waites, T. Bennett, and G. Martin (eds.). *Popular Culture: Past and Present* (p. 92–121). London: Croom Helm/Open University Press.

Stern, L. (1981). „Fiction/Film/Femininity". *Australian Journal of Screen Theory*. 9/10, p. 37–68.

Stone, G. (1971). „American Sports: Play and Display", kn.: E. Dunning (ed.). *The Sociology of Sport: A Selection of Readings*. (p. 47–59). London: Cass.

Thompson, R. (1983). „Carnival and the Calculable", kn.: Formations (ed.). *Formations of Pleasure*. (p. 124–137). London: Routledge & Kegan Paul.

Treichler, P. (1987). „AIDS, Homophobia and Biomedical Discourse: an Epidemic of Signification". *Cultural Studies* 1 (3), p. 263–305.

Tulloch, J., and Moran, A. (1986). *A Country Practice: "Quality Soap"*. Sydney: Currency.

Waites, B., Bennett, T., and Martin G. (eds.). (1982). *Popular Culture: Past and Present*. London: Croom Helm/Open University Press.

Walton, J. (1982). „Residential Amenity, Respectable Morality and the Rise of the Entertainment Industry: The Case of Blackpool, 1860–1914", kn.: B. Waites, T. Bennett, and G. Martin (eds.). *Popular Culture: Past and Present*. London: Croom Helm/Open University Press.*Cultural Studies* 1 (3), p. 263–305.

Williamson, J. (1986). *Consuming Passions: The Dynamics of Popular Culture*. London: Marion Boyars.

Apie autorių

Johnas Fiske yra Viskonsino Medisono universiteto komunikacijos mokslų profesorius. Jis daug rašo populiariosios kultūros klausimais. Yra išleidęs knygas „Televizijos įžvalgos“ (kartu su Johnu Hartley'mi), „Įvadas į komunikacijos studijas“, „Ozo mitai“ (kartu su Bobu Hodge'u ir Graeme'u Turneriu) ir „Televizijos kultūra“. Jis taip pat yra vyriausiasis žurnalo „Cultural Studies“ redaktorius. Gimęs ir baigęs mokslus Didžiojoje Britanijoje, profesorius Fiske anksčiau dėstė gimtajame krašte, o vėliau – Vakarų Australijoje. Yra užkietėjęs populiariosios kultūros vartotojas.

Rodyklė

A komanda 85, 86, 131, 132
aborigenai 28–29, 53, 117, 140–141
agresyvumas 47, 86, 136
akivaizdumas 101, 103–104, 108
aktualumas 29, 52–53, 56, 60–61, 110–116, 119–120, 123, 125–126, 128, 130, 137, 152, 154–157
Alfas 148
Allen, R. 70, 82, 86–87
Altman, R. 122
Ang, I. 44, 122
Archer, R. 70
artikuliacijos teorija 124
asnas 85
auditorija 30, 44, 56, 118, 120

Baccon-Smith, C. 127
Bachtin, M. 7, 48–49, 73–74, 76, 78, 97
Barthes, R. 7, 48–49, 51, 74–75, 77, 79, 91, 98, 137, 160
Bennet, T. 73, 89, 138
Bleiko septynetas (*Blakes 7*) 127
Bourdieu, P. 7, 45–46, 49–50, 79, 84–85, 99, 106–107, 110, 112, 117–118, 120, 125, 137, 147
brakonieriavimas 34, 37
brikoliažas 127, 128
Buckinghamas, D. 154
buržua, buržuazija 20, 46, 64–65, 68–69, 71–72, 77, 79–80, 84–87, 89, 94, 103, 106–107, 110–112, 118, 153, 160

ceuissance 51
Chambers, I. 128
Cohen, S. 35–36
Cunningham, H. 71–72

Čarlio angelai (Charlies angels) 114, 121–122

D'Acci, J. 8, 60, 61, 116, 155, 159, 160
Daily News 34
Dalasas 43, 44, 92, 107, 113, 122, 129, 141, 142, 143, 154, 155
Darnton, R. 151
de Certeau, M. 7, 24, 29–30, 34–40, 42, 80–84, 92, 95, 121–122
disciplina 48, 63
diskriminacija 125, 156, 157
- etninė 111
- kritinė 125
- populiarioji 93, 111–112, 114, 120, 125, 128, 134, 156, 157
- socialinė 125
- tekstinė 125

Dole, R. 94, 95, 98
dominavimas 12, 24, 45, 52–53, 58–59, 63, 93, 136–137, 142–143, 153
- lytinis 117
- moterų 78
- patriarchalinis 114
- rasės 32
- socialinis 116

Dougl, M. 86
Dyer, R. 84, 85
džinsai 9–25, 29–31, 108–109

Eagleton, T. 88
Eco, U. 24, 40, 43, 112
ekonomika
– finansų 31, 33, 112, 114, 121
– kultūros 30–31, 33–34, 112, 114
– rinkos 17
ekskorporavimas 20, 21
erdvė 12–13, 34–35, 37–38, 40–43, 45, 52, 55, 70, 73, 79, 95, 97–98, 100, 107, 114, 123, 126, 129, 136, 138, 152–153, 159–161
estetika 39, 50, 78, 85, 106, 112, 118, 120, 125, 160

Fantazija 101, 127–128, 145–146, 159
feminizmas 32, 82
Flitterman, S. 117
Foucault, M. 48–49, 80, 150
funkcionalumas 9, 53, 108, 111

Galia 12, 17–20, 24–25, 28–29, 31–32, 36, 38–53, 56, 59, 60–61, 63, 71–73, 78, 80, 85, 87, 92–95, 110, 114, 121, 128, 135–142, 145, 147, 149–151, 153, 157–158, 160–161
– demokratiška 126
– dominuojanti 24–25, 39, 45, 54, 87, 136, 155
– drausminanti 121
– ekonominė 153
– grupės 24
– hegemoninė 48, 136
– hierarchinė 92
– kairiųjų jėgų 157
– kapitalizmo 30
– kolonizuojanti 41
– kultūrinė 45, 46, 126
– mokslo 153
– patriarchalinė 52, 56, 131, 156
– politinė 138, 160
– religinė 73
– socialinė 36, 43, 48, 76, 79–82, 85, 95, 113, 145, 150–151
– suaugusiųjų 131, 133
– teksto 121
– vyriška 117
galingųjų blokas 138–139, 148
galių blokas 40, 44, 63, 139, 142–144, 148, 149, 161
galių blokasė 46
Gansas, H. 122
Garland, J. 21, 124
geltonoji spauda 94
gerbėjas 44, 54, 60–61, 70, 98, 104–105, 108, 118, 124–128, 141, 145, 147–148, 150–151, 154–155, 159–160
Gibian, P. 123
Gražuolė ir pabaisa (*Beauty and the Beast*) 104, 105
Greenfield, P. 97
Grossberg, L. 8, 125
groteskas 74, 78, 79, 86
gyvenimas
– asmeninis 8
– kasdienis 17, 24–25, 28–29, 31–32, 34–36, 38–39, 43, 46, 52–53
– kultūrinis 25

Hall, S. 7, 31, 124, 138
Hebdige, D. 128
hegemonija 45–46, 88, 112, 117, 140, 149, 155
heterogeniškumas 24, 110
Hobson, D. 131
Hodge, R. 8, 113, 123, 132
homogeniškumas 31, 110

Ideologija 7, 10, 17, 20, 24–25, 28–31, 46, 48, 51, 54–56, 58, 63, 74, 78, 86, 92, 101, 103–105, 107, 116, 119–120, 123–124, 136, 138, 149, 151, 154, 157, 159
– buržuazinė 84, 115
– individualizmo 139

– kapitalistinė 20
– kapitalizmo 12, 20
individualizmas 10, 16, 53, 139, 145
individualumas 10, 12, 15–16, 22, 63
inkorporavimas 21, 24–25, 31, 138, 161
interpretacija 7, 31, 34, 43, 44, 48, 52, 55, 79, 95–96, 98, 100, 109–110, 112, 115, 117, 120, 122–124, 141–142, 144, 146–147, 155, 158–159, 162
– konformistiška 53
– perrašomoji 91
intertekstualumas 13, 109
ironija 95, 104
Ist Endo (*East Enders*) žmonės 154
išteklius 21, 36, 108, 121
– kultūrinis 17
– kultūros 32
iššifravimas 95

Jackson, M. 98
Jameson, F. 42
Jenkins, H. 8, 122, 127
Jouissance (palaima, ekstazė, orgazmas) 48–49, 51–52, 74, 83, 98, 119
Joyce, J. 96–97

kalambūras *žr.* žodžių žaismas 94–99
kalba 13
– literatūrinė 99
– oficialioji 95
– oralizuota 100
– rašytinė 96, 99
– šnekamoji 94, 99, 132
– taisyklingoji 94
kalinys (*Prisoner*) 113
Kantas, E. 48–50, 80
kapitalizmas 17, 20, 24, 143, 151, 153, 158
karnavalas 49, 68, 72–74, 76–77, 79–80, 88–89
karūnavimo gatvė 154
kategorija 12, 17, 28, 46–47, 76, 84, 86–87, 137, 151
– aukštojo meno 106
– ekonominė 87
– individo 87
– kūno 87
– produktyvumo 91
– skonio 106
– socialinė 9, 10, 28, 31, 45–46, 76, 87, 151
– sociologijos 28
– sportiškumo 86
– universalumo 120
Katz, E. 113, 122
Katz, J. 39
Kegni ir Leisi (*Cagney and Lacey*) 60–61, 114, 141–142, 155, 159
klasė 45–46, 48, 54, 68–69
– baltųjų pareigūnų 53
– darbininkų 69, 72, 79, 85, 99, 117, 119
– darbo 85, 117, 122
– dominuojanti 64, 85
– neprivilegijuota 12
– proletariato 17
– socialinė 45, 109
– vidurinioji 10–11, 39, 54, 66, 68–72, 79, 116–118, 120, 125, 146, 151
– žemesnioji 115
klišė 104
konsensas
– kultūrinis 142
– pliuralistinis 142
– ritualinis 115
– socialinis 143
konsensusas 24–25
– socialinis 20
kontrolė 50, 59, 64, 68, 71–72, 74, 76, 80, 86–87, 93, 98–99, 106, 112, 119
– ideologinė 101
– kultūrinė 70, 83, 113, 131, 139
– kūno 80
– patriarchalinė 81
– semiotinė 147

– socialinė 32, 48, 50, 63, 66–70, 72–73, 80, 83–84, 86–88, 149, 152
– socialinių priemonių 116
– švietimo 94
– vaiko elgesio 131
– valdžios 49
– vertinimo 130
kova 11, 24, 48, 61
– politinė 95
– socialinė 142, 152
– socialinių jėgų 70
– sportinė 72
– strateginė 138
– teritorinė 113
kritika 43, 93, 101, 108–110, 112, 121–122, 137
Kubrickas, S. 109
kultūra
– aukštoji 109
– komercinė 98
– konflikto 144
– liaudies 30, 143–146, 148–149
– masinė 25, 27, 43, 129, 149, 156
– masių 149
– proletarinė 45–46
– sakytinė 99, 132, 151
– spaudos 132
kūnas 11, 15–16, 18–19, 22, 36, 42, 47–50, 52, 63, 68, 72–75, 77–87
– darbininkiškas 87
– groteskiškas 87–88
– strelizituotas buržuazijos 87

Laclau, E. 135–136, 158
Lefebvre, H. 35, 36, 38
Lévy-Strauss, C. 36, 127
Lewis, J. 122
Liebes, T. 113, 122
Lloyd, M. 70
lojalumas 28, 32
– kultūrinis 32
– socialinis 31

Madonna 7, 108–109, 124, 126–128, 145, 147, 152, 159–160
Magnum, P. I. 85, 117
Majamio dorovės policija (*Miami Vice*) 116
Malcolson, R. 64, 66–67
malonumas
– hegemoninis 47
– populiarus 47–50, 52–53, 59–60, 64, 66–68, 71–72, 99, 110, 116, 137, 149–150
– vujaristinis 152
Michaels, E. 53
miuzikholas 67, 69–70
Moran, A. 130
Morley, D. 130, 155
Morse, M. 77, 78
moteriškumas 11–12, 15, 19, 52, 58, 104, 107
Mulvey, L. 48, 77
muzika
– kantri 140–141
– vesterno 140–141

Nesaikingumas 68
netvarka 43, 46, 65–66, 71–72, 87

Opozicija 11, 13, 21, 28, 35, 44, 47, 51, 59, 64, 67, 73, 99, 110, 136, 138–140, 142–144, 161
opoziciškumas 21, 32, 136, 141–142

Palmer, P. 113, 129–130, 132, 134
parodija 76–77, 101, 108, 117
partizaninis karas 24, 34
pasipriešinimas 12, 20–21, 24–25, 31, 34–36, 39, 44–47, 50–53, 55–56, 60, 63, 88, 92, 108, 110, 113, 116, 120, 128, 135, 137, 140, 142–145, 149, 151, 154, 157–158, 162
– ideologinis 128
– kasdienis 138
– liaudies 35
– politinis 61
– populiarusis 150
– radikalus 35

– semiotinis 52
– socialinis 11
– taktinis 56
patriarchališkumas 55–56, 108
permainos
– radikalios 158, 161
– socialinės 25, 157, 159, 161–162
Plaisir 48, 51, 52, 119
pliuralizmas
– liberalusis 20, 24, 142–143
politika
– kasdienė 52
– klasių 117, 141
– kultūros 52
– lyčių 108, 109, 117, 130, 141, 149, 156, 159
– populiariųjų jėgų 117
– populiariosios kultūros 52, 135, 137, 140
populizmas 135–136, 138, 158
– demokratiškasis 135
– demokratinis 136
– opozicinis 158
– praktinis 54
– socialistinis 138
– polisemantinis 143
– politinis 142
– populiarumo 158
– progresyvumo 140, 149, 159
potencialas
– socialinis 146
prekė
– kultūrinė 9, 21, 30–31, 110, 128, 157
– kultūros 30, 31, 93, 109, 129, 149
prekybos galerijos 7, 41–43, 123, 146
Pressdee, M. 38
prieštaravimas 12, 16, 31, 44, 69, 93, 96, 98, 106, 108, 110, 149, 152–153, 155–156, 162
produktyvumas 21, 53, 60, 95, 107, 110, 121, 125, 127–128, 147, 153–154, 156
– populiarusis 51, 60, 92–93, 127, 157
– semiotinis 111
– vartojimo 36, 47
Rabelais 73
radikalumas 56, 135, 137, 160–161
Radway, J. 51, 125, 159–160
Reagan, R. 53, 138, 158
reginys 75
Rembo (Rambo) 53, 116–117, 140
repertuaras 27, 114, 128
reprezentacija 50, 114
ritualas 75, 88, 127, 142–143
Rogge, J. U. 46
romantika 104

Saugos vožtuvas 21, 88
Schopenhauer 48–50
Seal, G. 145–146, 148
Seiter, E. 159–160
seksualumas 11, 15–16, 49, 55, 68, 80, 83, 97, 107–108
– moteriškasis 12, 108
semiotika 87
Simmonds, D. 70
skepticizmas 33, 108, 139–140, 147–148, 153
skirtumas
– ideologinis 159
– klasinis 10, 16, 32, 48, 106, 151
– kultūrinis 112
– socialinis 10, 12–13, 16, 20, 24, 31–33, 38, 53, 112, 136, 142–144, 149
slapta kamera 133
Smythe, D. 30
Springsteen, B. 141
Stallone, S. 116
Stallybrass, P. 88
Stam, R. 88
Stedman-Jones, G. 67
Stern, L. 81
Stone, G. 78
subjektas 152
subjektyvumas 152

Šeimos rate (*all in the family*) 32

Taylor, L. 35, 36
Thatcher, M. 138, 158
Treichler, P. 82
Tripp, D. 113, 123, 132
Tulloch, J. 130

Vengimas 47, 63

Walton, J. 69
White, A. 88
Williamson, J. 139

Fiske, John
Fi337 Populiariosios kultūros supratimas / John Fiske ; iš anglų kalbos vertė Elena Macevičiūtė. - Vilnius : Žara, 2008. - 176 p. : iliustr.
ISBN 978-9986-34-190-1

Kas yra populiarioji kultūra? Kuo ji skiriasi nuo masinės kultūros? Ir ką populiarieji „tekstai“ atskleidžia apie klasių, rasių, lyčių dinamiką visuomenėje? Johnas Fiske, vienas ryškiausių šios srities specialistų, knygoje „Populiariosios kultūros supratimas“ atsakydamas į šiuos iškelia ir kitus klausimus.

Šiame leidinyje analizuojama, ką kultūrai reiškia būti populiariai, o pažodžiui, – būti žmonių. Ji jiems neprimesta, ji jų sukurta, o jos teikiamas malonumas ir nešama prasmė atspindi paplitusį skonį ir dažniausius rūpesčius – ir jų atmetimą, kurį puoselėja masinė kultūra. Sąmojingai, taikliai, įžvalgiai profesorius Fiske demaskuoja mitą apie negalvojančią masinę auditoriją ir demonstruoja daugybę būdų, kuriais populiarioji kultūra veši, nes toji auditorija supranta kur kas daugiau, negu mes manome.

UDK 316.3

J. Fiske
(Džonas Fiskė)
POPULIARIOSIOS KULTŪROS SUPRATIMAS

Iš anglų kalbos vertė *Elena Macevičiūtė*
Redaktorė *Jolanta Storpirštienė*
Viršelio dailininkė *Algė Varnaitė*

Formatas 70×100/16, 10 apsk. leid. l.
Išleido leidykla „Žara“, a. d. 2699, LT-03007 Vilnius
Tel./faks.: (8-5) 272 91 17. El. paštas: info@zara.lt
Puslapis internete: www.zara.lt
Spausdino: AB „Aušra“, Vytauto pr. 23, LT-44352 Kaunas
El. paštas: ausra@ausra.lt
Užsakymas 709

Kas yra populiarioji kultūra? Kuo ji skiriasi nuo masinės kultūros? Ir ką populiarieji „tekstai“ atskleidžia apie klasių, rasių, lyčių dinamiką visuomenėje? Johnas Fiske, vienas ryškiausių šios srities specialistų, knygoje „Populiariosios kultūros supratimas“ atsakydamas į šiuos iškelia ir kitus klausimus.

Profesorius Fiske nusprendė naujai pažvelgti į tokius kultūrinius artefaktus kaip džinsai, prekybos centrai, bulvariniai laikraščiai ir TV žaidimai. Jis skiria masinę kultūrą - pramoninės kapitalistinės visuomenės gaminamus kultūrinius „produktus“ - ir populiariąją kultūrą.

Šiame leidinyje analizuojama, ką kultūrai reiškia būti populiariai, o pažodžiui, - būti žmonių. Ji jiems neprimesta, ji - jų sukurta, o jos teikiamas malonumas ir nešama prasmė atspindi paplitusį skonį ir dažniausius rūpesčius ir jų atmetimą, kurį puoselėja masinė kultūra. Sąmojingai, taikliai, įžvalgiai profesorius Fiske demaskuoja mitą apie negalvojančią masinę auditoriją ir demonstruoja daugybę būdų, kuriais populiarioji kultūra veši, nes toji auditorija supranta kur kas daugiau, negu mes manome.

Johnas Fiske yra Viskonsino Medisono universiteto komunikacijos mokslų profesorius. Jis daug rašo populiariosios kultūros klausimais. Yra išleidęs knygas „Televizijos įžvalgos“ (kartu su Johnu Hartley'mi), „Įvadas į komunikacijos studijas“, „Ozo mitai“ (kartu su Bobu Hodge'u ir Graeme'u Turneriu) ir „Televizijos kultūra“. Jis taip pat yra vyriausiasis žurnalo „Cultural Studies“ redaktorius.

ALK - serija verstinių knygų, kurias leidžia įvairios leidyklos, remiamos Atviros Lietuvos fondo. Serijos tikslas - supažindinti skaitytojus su šiuolaikiniais humanitarinių ir socialinių mokslų veikalais. Šios knygos leidimą ALF remia kartu su Vidurio Europos universiteto Vertimų projektu.

ATVIROS LIETUVOS KNYGA CEU

www.zara.lt
9 789986 341901